JAHRESABSCHLUSS ZUM 31. DEZEMBER 2022 UND LAGEBERICHT

PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

UNTERFÖHRING

LAGEBERICHT DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2022

DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die ProSiebenSat.1 Media SE mit Sitz in Unterföhring (Deutschland) ist eine geschäftsleitende Holding mit eigenen operativen Geschäften. Sie erzielt insbesondere Umsatzerlöse aus konzerninternem Leistungsaustausch sowie aus dem Verkauf von Programmvermögen und - nebenrechten. Ihr obliegen Leitungsfunktionen wie die Unternehmensstrategie und das Risikomanagement für den ProSiebenSat.1-Konzern, Aufgaben der Beteiligungsverwaltung, der zentralen Finanzierung sowie andere Dienstleistungsfunktionen. Dabei unterscheiden wir in der ProSiebenSat. 1 Media SE drei grundsätzliche Aufgabenstellungen. Erstens die auch im Konzernabschluss separat ausgewiesene Holding Funktion, in welcher übergreifende, nicht direkt den Segmenten zuzurechnende Stabfunktionen wie beispielsweise Unternehmenskommunikation, Investor Relation, Konzerncontrolling und -rechnungswesen oder auch die Konzernstrategie beheimatet sind. Daneben gibt es sogenannte „Center of Excellence" die von allen Segmenten und der Holding in Anspruch genommen werden, leistungsgerecht verrechnet und damit kosteneffizient den Aufbau von Spezialeinheiten in den jeweiligen Konzerngesellschaften unnötig machen. Der dritte wesentliche Bereich wird durch das Shared Service Center repräsentiert, in welchem Volumentransaktionen und auch übergreifende Buchhaltungskompetenzen gebündelt und effizient für wesentliche Bereiche der Gruppe erbracht werden.

Die ProSiebenSat.1 Media SE steuert die von ihr direkt gehaltenen wesentlichen operativen Beteiligungen an der Seven.One Entertainment Group GmbH, Unterföhring, NCG-NUCOM GROUP SE, Unterföhring, ParshipMeet Holding GmbH, Hamburg und Seven.One Studios GmbH, Unterföhring (vormals: Red Arrow Studios GmbH, Unterföhring) sowie indirekt die von diesen Gesellschaften gehaltenen Beteiligungen. Von diesen Beteiligungen erhält die ProSiebenSat.1 Media SE Beteiligungserträge in Form von Ergebnisabführungen oder Dividenden. Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Media SE ist insbesondere durch dieses Beteiligungsergebnis und damit wesentlich durch die Geschäftsentwicklung des gesamten ProSiebenSat.1 Konzerns geprägt.

Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f HGB ist auf der Website der Gesellschaft (https://www.prosiebensat1.de/investor-relations/corporate-governance/erklaerung-zur-unternehmensfuehrung) öffentlich zugänglich.



ORGANISATION UND KONZERNSTRUKTUR

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND SEGMENTE

Die wirtschaftliche Lage der ProSiebenSat.1 Media SE als oberste Holdinggesellschaft des Konzerns ist maßgeblich durch die nachfolgend beschriebenen Konzernaktivitäten geprägt.

Unternehmensprofil und Geschäftstätigkeit

Die ProSiebenSat.1 Group ist mehr als ein reines Medienunternehmen: Wir nutzen die Millionen-Reichweite unserer führenden TV-Marken, um auch in anderen Branchen starke Verbrauchermarken aufzubauen und vor allem digitale Umsatzmärkte zu erschließen. Dabei fokussieren wir uns insbesondere auf die DACH-Region als Kernmarkt. Auf Basis dieser Wachstumsstrategie treiben wir unsere digitale Transformation voran. ProSiebenSat.1 ist dabei in die drei Segmente Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures gegliedert:

Im Entertainment-Segment verbinden wir starke lineare und digitale Entertainment-Plattformen mit dem Produktions-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft. Der Fokus unserer Programmstrategie liegt auf lokalen Inhalten, die wir live und on-demand gezielt über alle Plattformen ausspielen und monetarisieren. Damit stärken wir unsere Wettbewerbsposition und grenzen uns gegenüber multinationalen Anbietern ab. Das Segment Dating & Video bietet ein breites Spektrum an Dating-Plattformen sowie Video-basierten Social-Entertainment-Angeboten. Hier konzentrieren wir uns darauf, ein komplementäres Plattform-Ökosystem aufzubauen. Im Commerce & Ventures-Segment bündeln wir die Investitionstätigkeiten der ProSiebenSat.1 Group: Über Medialeistung und die Kraft unserer Entertainment-Angebote bauen wir hier digitale Verbrauchermarken auf.

Segmente und Markenportfolio

Entertainment: ProSiebenSat.1 betreibt in Deutschland, Österreich und der Schweiz 15 Free- und Pay-TV-Sender. Dazu zählen in Deutschland die Free-TV-Sender ProSieben, SAT.1, Kabel Eins, sixx, ProSieben MAXX, SAT.1 Gold und Kabel Eins Doku sowie in Österreich und der Schweiz unter anderem die Free-TV-Sender PULS4, ATV und Puls 8. In Deutschland ist ProSiebenSat.1 auf dem TV-Zuschauer- und Werbemarkt (14- bis 49-jährige Zuschauer:innen) führend und erwirtschaftet den Großteil der Umsätze über den Verkauf von Werbezeiten.

Mit unserem Portfolio adressieren wir unterschiedliche, komplementäre Zielgruppen, um unsere Reichweite konsequent zu steigern und unsere Möglichkeiten der Monetarisierung zu erweitern. Dies gilt sowohl für lineares Fernsehen als auch unsere digitalen Angebote. In diesem Kontext haben wir zum 31. Oktober 2022 die Streaming-Plattform Joyn GmbH („Joyn“) vollständig übernommen: Joyn bietet Zugriff auf alle Live-TV-Angebote der ProSiebenSat.1-Senderfamilie, eine umfassende Mediathek sowie exklusive Previews und Catch-ups unserer Formate auf Abruf. Dabei setzt Joyn primär auf ein werbefinanziertes Angebot und ist somit für Zuschauer:innen frei verfügbar; globale Plattformen refinanzieren sich dagegen vor allem über Abonnements. Durch den lokalen Zuschnitt ergibt sich ebenfalls ein Wettbewerbsvorteil, den wir sukzessive ausbauen. Mit Joyn als voll integriertem Bestandteil des konzernweiten Entertainment-Angebots können wir unsere vermarktbare Gesamtreichweite stärken und insbesondere junge Zielgruppen adressieren. Mit Seven.One Audio, das Teil der Seven.One Entertainment Group GmbH („Seven.One

Entertainment Group“) ist, setzen wir den Fokus auf junge Zielgruppen und erschließen zugleich zusätzliche Umsatzquellen im Bereich der Podcastvermarktung.

Daneben ist die Digital Media & Entertainment-Company Studio71 Teil des digitalen Entertainment-Angebots von ProSiebenSat.1: Studio71 vermarktet und distribuiert ein breites Portfolio von Content Creator:innen bzw. deren Inhalten auf digitalen Plattformen wie YouTube, Facebook und Instagram. Studio71 ist in Nordamerika, Deutschland sowie Großbritannien vertreten. Seit Juni 2022 ergänzt die Full-Service-Agentur Buzzbird GmbH („Buzzbird“) das Portfolio im Bereich Influencer-Marketing. Alle diese Publikumsmarken werden unter dem Dach der Seven.One Entertainment Group GmbH („Seven.One Entertainment Group“) gebündelt, zu der auch Seven.One Audio, Studio71 und Buzzbird gehören.

Unser Ziel ist es, den Anteil lokaler, eigenproduzierter Programme auf unseren Sendern konsequent zu erhöhen. Mit dieser Strategie schärfen wir das Profil unserer Marken und agieren zugleich unabhängiger im Markt. Das Programmproduktions- und Vertriebsgeschäft von ProSiebenSat.1 wird daher seit November 2022 unter der Dachmarke Seven.One Studios GmbH („Seven.One Studios“, vormals: Red Arrow Studios) zusammengefasst. Dazu zählen acht Produktionsgesellschaften in Europa und Israel, darunter mit der RedSeven Entertainment GmbH („Redseven Entertainment“), der Pyjama Pictures GmbH („Pyjama Pictures“), der Cheerio Entertainment GmbH („Cheerio Entertainment“) und der Flat White Productions GmbH („Flat White Productions“) vier Gesellschaften in Deutschland. Das weltweit tätige Programmvertriebshaus Red Arrow Studios International GmbH („Red Arrow Studios International“) ist mit seinem breiten Fiction-, Factual- und Format-Portfolio ebenfalls Teil der Gruppe.

Die ProSiebenSat.1-Marken stehen für Entertainment – jederzeit, überall und auf jedem Gerät. Von dieser plattformübergreifenden Zuschaueransprache profitiert ProSiebenSat.1 auch im Werbemarkt: Mit plattformübergreifenden Angeboten schaffen wir einen Mehrwert in der Vermarktung. Zudem kann der Konzern mit den Tochterunternehmen Seven.One Media GmbH („Seven.One Media“) und Seven.One AdFactory GmbH („Seven.One AdFactory“) Werbekunden und Agenturen von der Ideenfindung über die Konzeption bis zur Umsetzung begleiten. Gleichzeitig investiert ProSiebenSat.1 in die Bereiche AdTech und Data, um durch datengetriebene Angebote zusätzliche Monetarisierungsmöglichkeiten zu schaffen und Werbung immer zielgruppengenauer auszuspielen.

Die Bandbreite unseres Portfolios bildet den kompletten Wertschöpfungsprozess im Entertainment-Bereich ab: von der Produktion über die Distribution bis hin zur Vermarktung. Dabei spielen neben Umsätzen aus werbefinanzierten TV- und Digitalangeboten, Distributionserlöse und Umsätze aus dem Content-Geschäft (Programmproduktion und -verkauf) eine wichtige Rolle. Durch diese Diversifizierung stärken wir unser Geschäftsmodell. Gleichzeitig werden die Unternehmen als hundertprozentige Tochterunternehmen geführt. Dies ist ein Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen TV-Unternehmen, da wir hier von Synergien im Konzernverbund profitieren und Vorteile hinsichtlich der Programmverwertung haben.

Dating & Video: Die ParshipMeet Group ist aus einem erfolgreichen Commerce & Ventures-Geschäft entstanden und trägt heute unter dem Segment Dating & Video zu unserem diversifizierten Konzernportfolio bei: Das initiale Investment erfolgte 2012 über ein Media-for-Revenue-Geschäft mit der Parship Group GmbH („Parship Group“). Nach dem Aufbau eines vorwiegend deutschsprachigen Portfolios rund um das Dating-Geschäft der Parship Group folgten wertsteigernde Akquisitionen mit einem Schwerpunkt in den USA, darunter die Akquisition des Online-Dating-Services eHarmony Inc. („eharmony“) im Jahr 2018 und der The Meet Group, Inc. („The Meet Group“) im Jahr 2020. Heute ist die ParshipMeet Group einer der führenden Online-Dating- und Social-Entertainment-Anbieter weltweit. Neben ProSiebenSat.1 agiert General Atlantic

PD GmbH („General Atlantic") als Finanzinvestor und hält einen Anteil von 45,0 Prozent an der ParshipMeet Holding GmbH („ParshipMeet Holding").

Unter dem Motto „Meet – Date – Fall in Love" decken wir mit den Marken der ParshipMeet Group ein breites Spektrum im Online-Dating- sowie im Social-Entertainment-Markt ab. Auch geografisch ist das Unternehmen diversifiziert: Online-Dating-Plattformen wie eharmony, Parship, ElitePartner und LOVOO unterstützen Singles in Europa, Nordamerika und Australien bei der Partnersuche. Video-basierte Social-Entertainment-Apps wie MeetMe, Skout, Tagged oder GROWLr ermöglichen ihren Nutzer:innen weltweit Kontakte und Unterhaltung. Auf diese Weise kann die ParshipMeet Group unterschiedlichen Zielgruppen ein umfassendes Angebot für ihre Suche nach Freundschaften, Flirts oder einer Partnerschaft machen.

Das Erlösmodell ist ebenfalls sehr diversifiziert und umfasst neben lang- und kurzfristigen Abonnements auch Einmalkäufe wie beispielsweise In-App-Käufe von virtuellen Produkten, Marketingleistungen sowie Dienstleistungen für Drittplattformen. Dabei ist das Dating & Video-Portfolio ein klassisches Plattformgeschäft und daher international gut skalierbar. Hier eröffnet insbesondere das Live-Video-Streaming-Know-how der ParshipMeet Group zusätzliches Potenzial: Mit der eigenen Livestreaming-Technologie Livebox (ehemals: vPaaS – video-Platform-as-a-Service) geben wir Creator:innen die Möglichkeit, plattformübergreifend ein breites Publikum zu erreichen, ihre Reichweite zu steigern und so ihre Aktivitäten bestmöglich zu monetarisieren. Diese Lösung nutzen wir nicht nur für unsere eigenen Online-Dating- und Social-Entertainment-Angebote, sondern stellen sie auch Drittunternehmen zur Verfügung. Dabei profitieren die Livebox-Plattformen von vielfältigen Services – von der Technologie über die Betreuung der Streamer:innen bis hin zur Moderation von Livestreams.

Commerce & Ventures: Im Segment Commerce & Ventures bündelt der Konzern seine Beteiligungen an digitalen Commerce-Unternehmen mit starkem Verbraucherfokus. ProSiebenSat.1 verfolgt hier verschiedene Investitionsmodelle und kann Unternehmen in den unterschiedlichen Wachstumsphasen bei ihrer erfolgreichen Entwicklung begleiten:

Ein flexibles Investment-Modell aus Minderheitsbeteiligungen und Mediakooperationen bietet die SevenVentures GmbH („SevenVentures"). Hier nutzen wir gezielt Werbezeiten als Investitionswährung und bieten wachstumsstarken Unternehmen mit verbraucherorientierten Geschäftsmodellen eine individuell zugeschnittene Unterstützung: Nach dem Prinzip „Reichweite trifft Idee" investieren wir Werbezeiten und partizipieren im Gegenzug am Wachstum der Unternehmen (in Form von Media-for-Revenue- oder Media-for-Equity-Geschäften). Auf diese Weise erschließen wir ohne hohes unternehmerisches Risiko neue Märkte. Ergänzt wird das Angebot von SevenVentures durch den SevenAccelerator, der sich auf frühphasige, skalierbare Start-up-Unternehmen fokussiert. Gerade junge Unternehmen in einem frühen Entwicklungsstadium profitieren von einer Anschubfinanzierung in Form von TV-Werbung. Als Teil des Commerce & Ventures-Segments tätigt SevenGrowth mit einem Mix aus Barmitteln und Media-Volumen zudem Investitionen in digitale Unternehmen, deren Geschäftsmodelle sich bereits bewährt haben und die sich auf dem Weg zur Profitabilität befinden.

Zudem umfasst das Segment die Unternehmen der NCG – NUCOM GROUP SE („NuCom Group"), an der unser Partner General Atlantic als Finanzinvestor mit 28,41 Prozent beteiligt ist. Unter dem Dach der NuCom Group werden Online-Unternehmen gebündelt, die in den Bereichen Consumer Advice, Experiences sowie Beauty & Lifestyle tätig sind. Dazu zählen unter anderem das Online-Vergleichsportal Verivox GmbH („Verivox", Consumer Advice), der Erlebnisanbieter Jochen Schweizer mydays Holding GmbH („Jochen Schweizer mydays", Experiences), das Mietwagenvergleichsportal billiger-mietwagen.de (SilverTours GmbH („SilverTours"), Consumer Advice) oder der Online-Beauty-Shop Flaconi GmbH („Flaconi", Beauty & Lifestyle).

SEGMENTE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP IM GESCHÄFTSJAHR 2022

ENTERTAINMENT	DATING & VIDEO	COMMERCE & VENTURES
Das Segment Entertainment umfasst die Seven.One Entertainment Group mit ihrem Vermarktungs- und Distributionsgeschäft, den starken TV-Marken wie ProSieben und SAT.1, Entertainment-Plattformen wie Joyn und weiteren digitalen Angeboten sowie das Produktions- und Programmvertriebsgeschäft der Seven.One Studios. Damit decken wir die komplette Wertschöpfungskette im Entertainment-Geschäft ab.	**Im Dating & Video-Segment decken wir mit der Parship-Meet Group ein breites Spektrum von Online-Dating- bis hin zu Social-Entertainment-Angeboten ab.**	**Im Segment Commerce & Ventures bündeln wir unsere Beteiligungen an digitalen Commerce-Unternehmen mit starkem Verbraucherfokus. Diese begleiten wir mit unseren Investitionsoptionen in den verschiedensten Wachstumsphasen.**

UNTERNEHMENSSTRUKTUR UND BETEILIGUNGEN

Die wirtschaftliche Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group wird maßgeblich durch die unmittelbar und mittelbar gehaltenen Tochtergesellschaften bestimmt. Konzernobergesellschaft ist die ProSiebenSat.1 Media SE. In dieser Funktion zählen unter anderem die zentrale Finanzierung, das konzernweite Risikomanagement sowie die Weiterentwicklung der Unternehmensstrategie zu ihren Aufgaben.

STRATEGIE UND STEUERUNGSSYSTEM

STRATEGIE UND ZIELE

ProSiebenSat.1 ist das Zuhause von populärer Unterhaltung sowie Infotainment und einer der führenden Entertainment-Anbieter im deutschsprachigen Raum. Unsere wichtigsten Entertainment-Marken drehen sich um unsere 15 Free- und Pay-TV-Sender sowie unsere digitale Streaming-Plattform Joyn.

Unser Entertainment-Portfolio wird durch digitale Verbrauchermarken in den Segmenten Commerce & Ventures sowie Dating & Video ergänzt. Mit diesen Verbrauchermarken sind wir sowohl in unseren deutschsprachigen Kernmärkten als auch im Ausland – insbesondere in Nordamerika – aktiv.

Im Mittelpunkt unserer Strategie stehen unsere Entertainment-Angebote, die wir vor allem durch Werbeeinnahmen umfassend monetarisieren. Unsere Maxime dabei: „Viewers and Users First“. Das bedeutet, wir stellen unsere Zuschauer:innen und Nutzer:innen in den Mittelpunkt unseres Handelns. Unsere Angebote richten wir dafür ganz nach ihren Bedürfnissen aus. So können sie sich von unseren Inhalten begeistern lassen, unsere Produkte nutzen und letztlich möglichst viel Zeit mit uns verbringen. Deshalb bildet unser Entertainment-Geschäft den Kern der ProSiebenSat.1 Group.

Unser Ziel ist es, konzernweit profitabel zu wachsen und Wert für alle Stakeholder zu schaffen, darunter Zuschauer:innen, Nutzer:innen, Werbekunden, institutionelle und private Aktionär:innen, Politik und Mitarbeiter:innen. Wir konzentrieren uns darauf, unsere Reichweite zu steigern, indem wir lokale, relevante und Live-Inhalte über eine breite Auswahl an Plattformen verbreiten und zugleich moderne digitale Dienstleistungen und Produkte über unsere Commerce-Geschäfte bieten. Dank diversifizierter Umsatzquellen monetarisieren wir unsere Reichweite sowohl durch Werbung als auch durch unseren Commerce & Ventures-Bereich, aus dem auch unser Dating & Video-Segment entstanden ist.

Der Megatrend der Digitalisierung ist und bleibt einer der bestimmenden Faktoren für die Entwicklung unseres Unternehmens. Denn die Digitalisierung verändert unsere Geschäftsfelder und bietet uns große Chancen. So wird beispielsweise die Mediennutzung immer digitaler: Fernsehinhalte können unabhängig von Zeit, Gerät und Ort abgerufen werden. Die TV-Vermarktung profitiert von modernen Technologien wie Addressable TV, die es zum Beispiel ermöglichen, TV-Werbung in Echtzeit auf internetfähigen Geräten auszuspielen und Zielgruppen präzise anzusprechen. Auch in den Konsumentenmärkten, in denen die ProSiebenSat.1 Group aktiv ist, beschleunigt sich die digitale Transformation weiter und treibt die Nutzung von Online-Angeboten voran.

Unser Fokus

Im Segment **Entertainment** konzentrieren wir uns auf unsere Kernmärkte Deutschland, Österreich und die Schweiz. Wir haben in den vergangenen Jahren bereits Fortschritte gemacht, indem wir unseren Fokus auf lokale, relevante und Live-Inhalte setzen, die wir über alle Plattformen – live und on-demand – distribuieren und die zunehmend aus unserem eigenen Produktionsnetzwerk stammen. Auf diese Weise leisten wir auch einen wichtigen Beitrag zur Meinungsbildung und -vielfalt. Nun wollen wir das Potenzial unseres hochdynamischen Marktumfelds voll heben, indem wir unser Entertainment-Segment in ein plattformunabhängiges und datengetriebenes Geschäft

transformieren. Dafür konzentrieren wir uns darauf, unser Digital-Angebot weiter auszubauen, etwa durch die Integration unserer Streaming-Plattform Joyn als Zentrum unserer digitalen Entertainment-Aktivitäten – immer mit dem Ziel, verschiedene Zielgruppen kundenorientiert anzusprechen. Hinzu kommt unser Fokus auf innovative, digitale Werbetechnologien unter dem Dach von Advanced TV, über die wir den digitalen Anteil unserer Werbeerlöse erhöhen wollen. Um eine klare Marktposition zu schaffen, betrachten wir Partnerschaften und Kooperationen in der Branche als wichtigen Teil unserer Strategie. Zu unseren Wachstumsambitionen im Entertainment-Bereich gehört zudem, dass wir regelmäßig die Möglichkeiten für anorganische Portfolioerweiterungen überprüfen.

Wir nutzen die Reichweite unserer Entertainment-Angebote, um Marken bekannt zu machen und ein Umfeld zu schaffen, in dem sie nachhaltig wachsen können. Deshalb hat unser Segment **Commerce & Ventures** eine strategische Nähe zu unserem Unterhaltungsgeschäft. Seit mehr als zehn Jahren unterstützen wir die Entwicklung aufstrebender Digitalunternehmen mit unserer Brand-Building-Power. Diesen Weg setzen wir fort, indem wir in attraktive junge Unternehmen investieren und dabei verstärkt auf unser Media-for-Equity/-Revenue-Modell setzen.

Unser **Dating & Video**-Segment mit der ParshipMeet Group ist aus einer erfolgreichen Investition im Commerce & Ventures-Segment hervorgegangen. Das erste Investment im Bereich Online-Matchmaking haben wir 2012 über eine Media-for-Revenue-Beteiligung an Parship getätigt. In den Folgejahren erwarb ProSiebenSat.1 eine Mehrheitsbeteiligung und kaufte weitere Online-Dating-Marken dazu – zuletzt The Meet Group im Jahr 2020. Heute bietet die ParshipMeet Group eine diversifizierte Umsatzbasis, bestehend aus einem Abonnement-Geschäft, virtuellen Geschenken sowie Livebox, unserer Livestreaming-Lösung, die alle zum finanziellen Profil von ProSiebenSat.1 beitragen.

Unsere Ziele

Die ProSiebenSat.1 Group wird auch in Zukunft finanziell diszipliniert und mit klarem Fokus auf Ergebnis und Cashflow agieren. Unsere Ambition ist, unseren Umsatz organisch mittel- bis langfristig im Durchschnitt im mittleren einstelligen Prozentbereich zu steigern. Wir wollen also konzernweit profitabel wachsen und unsere mittelfristigen Finanzziele erreichen: d.h., einen P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) von über 15 Prozent zu erwirtschaften und einen Verschuldungsgrad zwischen 1,5x und 2,5x beizubehalten. Bei der Bemessung von Ausschüttungen an die Aktionär:innen berücksichtigt der Konzern neben dem allgemeinen wirtschaftlichen Umfeld und dem bereinigten Konzernjahresüberschuss (adjusted net income) als Bezugsgröße für das Ausschüttungsvolumen nunmehr mit besonderem Fokus ein angemessenes Niveau des Verschuldungsgrads. Darüber hinaus beachtet ProSiebenSat.1 dabei ebenso die Erfordernisse zu Investitionen in das operative Geschäft, einschließlich zur Umsetzung strategischer Wachstumsoptionen, insbesondere im Kerngeschäft Entertainment.

Darüber hinaus bekennt sich die ProSiebenSat.1 Group klar zu ihren Verpflichtungen in den Bereichen Gesellschaft, Diversität & Inklusion, Klima & Umwelt sowie Governance & Compliance, die die Basis unserer Nachhaltigkeitsstrategie bilden. Dabei richtet der Konzern seine Nachhaltigkeitsarbeit an den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung aus.

PLANUNG UND STEUERUNG

Steuerungsgröße für die ProSiebenSat.1 Media SE als Konzernobergesellschaft ist der handelsrechtliche Bilanzgewinn. Insbesondere durch das Beteiligungsergebnis in Form von Gewinnabführungen und Ausschüttungen von verbundenen Unternehmen soll die Umsetzung der Dividendenpolitik sichergestellt werden. Daher ist die Steuerung des gesamten Konzerns wesentlich für die ProSiebenSat.1 Media SE.

Der Bilanzgewinn und das entsprechende Beteiligungsergebnis hängen im Wesentlichen von der wirtschaftlichen Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group ab. Das kennzahlenbasierte Steuerungssystem der ProSiebenSat.1 Group bildet die Grundlage für alle wirtschaftlichen und strategischen Entscheidungen des Unternehmens. Die unternehmensspezifischen Leistungsindikatoren ergeben sich aus der Konzernstrategie und umfassen sowohl finanzielle als auch nichtfinanzielle Aspekte. Ihre Planung und Steuerung erfolgt zentral über den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE. Der Planungs- und Steuerungsprozess wird durch die Überwachung der Kennzahlen auf Basis regelmäßig aktualisierter Daten ergänzt. Dazu zählt auch die Beurteilung von Entwicklungen im Rahmen des Chancen- und Risikomanagements.

Unternehmensinternes Steuerungssystem

Die für die ProSiebenSat.1 Group spezifischen Leistungsindikatoren orientieren sich an den Interessen der Kapitalgeber:innen und umfassen neben Aspekten einer ganzheitlichen Umsatz- und Ergebnissteuerung auch die Finanzplanung.

ÜBERSICHT BEDEUTSAMSTE LEISTUNGSINDIKATOREN ZUM 31. DEZEMBER 2022

BEDEUTSAMSTE NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN
Segment Entertainment
– Zuschauermarktanteile[1]

BEDEUTSAMSTE FINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN
Konzern
– Umsatzerlöse
– Adjusted EBITDA
– Adjusted net income
– Adjusted Operating Free Cashflow
– P7S1 ROCE
– Verschuldungsgrad

Bedeutsamste nichtfinanzielle Leistungsindikatoren: Die Entwicklung der **Zuschauermarktanteile** ist ein wichtiges Kriterium bei der Programm- und Mediaplanung im werbefinanzierten TV-Geschäft. Zudem dienen die Daten als Richtwert für die Kalkulation von Werbezeitenpreisen: Der Marktanteil beschreibt den prozentualen Anteil der durchschnittlichen Sehbeteiligung einer Sendung an der Sehbeteiligung des gesamten TV-Markts. Die Daten sagen aus, welchen Anteil der gesamten TV-Zuschauer:innen eine Sendung erreicht hat. Dabei stehen die Zuschauermarktanteile in der Prime Time im Fokus, da insbesondere die Prime Time von 20:15 Uhr bis 23:00 Uhr die Hauptwerbezeit darstellt.

Die TV-Nutzungsdaten werden in Deutschland im Auftrag der AGF Videoforschung GmbH („AGF Videoforschung") von der GfK Fernsehforschung erhoben. Die ProSiebenSat.1 Group wertet die von den Instituten empirisch erhobenen Zuschauerquoten täglich aus. Neben diesen Daten zu linearem TV-Konsum analysieren wir zusätzlich digitale Reichweitenkennzahlen sowie KPIs zu unseren datenbasierten Geschäftsmodellen. Ein Beispiel hierfür sind die gemessenen Daten aus HbbTV (Hybrid broadcast broadband TV).

Bedeutsamste finanzielle Leistungsindikatoren: Die zentralen Kennzahlen zur Profitabilitäts- und Rentabilitätssteuerung sind die Umsatzerlöse, das adjusted EBITDA, das adjusted net income, der adjusted Operating Free Cashflow, der P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) sowie der

1 Marktanteil der ProSiebenSat.1-Sender in Deutschland bei den 14- bis 49-jährige Zuschauer:innen.

Verschuldungsgrad. Vorrangiges Ziel ist es, die genannten Ergebnisgrößen durch kontinuierliches profitables Umsatzwachstum in allen Segmenten zu verbessern. Dabei fungieren die Geschäftseinheiten größtenteils als Profit Center: Das bedeutet, sie handeln mit voller Umsatz- und Ergebnisverantwortung. Zudem ist Flexibilität eine wichtige Voraussetzung für unseren Erfolg, da sich die ProSiebenSat.1 Group in einem sehr dynamischen Branchenumfeld bewegt. Die Organisationseinheiten treffen ihre operativen Entscheidungen daher – innerhalb der zentral verabschiedeten Rahmenvorgaben – eigenständig und abgestimmt auf das Wettbewerbsumfeld sowie mit der klaren Zielsetzung, Mehrwert für unsere Aktionär:innen zu schaffen.

Die Ertragskennzahl **adjusted EBITDA** steht für das bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen bzw. Wertminderungen (bereinigtes Betriebsergebnis). Sondereffekte – wie beispielsweise M&A-bezogene Aufwendungen, Reorganisationsaufwendungen und Aufwendungen aus Rechtsstreitigkeiten – werden im bereinigten Betriebsergebnis nicht berücksichtigt, sodass diese Kennzahl für den Vorstand als Hauptentscheidungsträger zur Beurteilung der operativen Ertragskraft des Konzerns dient. Das **adjusted net income** ist das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnende bereinigte Konzernergebnis; es dient als Basis für die Dividendenbemessung. Neben Anpassungen aus dem adjusted EBITDA werden hier insbesondere Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte bzw. Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen und weitere Sondereffekte bei der Berechnung bereinigt.

Sondereffekte können die operative Geschäftsentwicklung beeinflussen oder gar überlagern und einen Mehrjahresvergleich erschweren. Daher stellen bereinigte Ergebnisgrößen geeignete Performance-Maße dar, die nachhaltige Entwicklung der Ertragskraft des Konzerns und seiner Segmente zu bewerten. Die Betrachtung unbereinigter Ertragskennzahlen ermöglicht jedoch den ganzheitlichen Blick auf die Aufwands- und Ertragsstruktur. Relevant ist in diesem Kontext – zusätzlich zu den bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren Umsatzerlöse, adjusted EBITDA, adjusted net income, adjusted Operating Free Cashflow, P7S1 ROCE und Verschuldungsgrad – auf Konzernebene das EBITDA als weniger bedeutsamer Leistungsindikator. Da Steuer- und Abschreibungseinflüsse sowie die Finanzierungsstruktur nicht berücksichtigt werden, ermöglicht das EBITDA – wie auch das adjusted EBITDA – zudem eine einfachere Bewertung im internationalen Wettbewerbsvergleich.

Zur weiteren Fokussierung auf die operative Cashflow-Steuerung der Bereiche setzt der Konzern den **adjusted Operating Free Cashflow** als bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikator ein. Der adjusted Operating Free Cashflow wird definiert als operativer Free Cashflow vor Zinsen und Steuern und berechnet sich aus dem adjusted EBITDA korrigiert um zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge sowie abzüglich Investitionen (Programm- und sonstige Investitionen) und Veränderungen im Working Capital.

Darüber hinaus stellt der **P7S1 ROCE** (Return on Capital Employed) einen weiteren bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikator zur Rentabilitäts- bzw. Profitabilitätssteuerung dar. Er ermittelt sich aus dem Verhältnis des adjusted EBIT (bereinigtes Ergebnis vor Zinsen und Steuern) korrigiert um Pensionsaufwendungen und Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen zum durchschnittlich eingesetzten Kapital. Bei der Berechnung des adjusted EBIT werden neben den Sondereffekten des adjusted EBITDA auch Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte bzw. Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen und weitere Sondereffekte bereinigt. Das eingesetzte Kapital ist die Differenz aus immateriellen Vermögenswerten (inkl. Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Kaufpreisallokationen), Sachanlagen, at-Equity bewerteten Anteilen, Media-for-Equity-Investitionen, Programmvermögen, Vorräten, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie kurzfristigen sonstigen finanziellen Vermögenswerten (exklusive Derivate) und übrigen Forderungen und Vermögenswerten abzüglich sonstige Rückstellungen, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden, Verbindlichkeiten gegenüber at-Equity bewerteten Anteilen und übrige Verbindlichkeiten. Dabei bezieht sich der Wert auf den Durchschnitt der Stichtage der letzten fünf Quartale.

Ziel ist, mittelfristig eine Rendite auf das eingesetzte Kapital, also einen P7S1 ROCE, von mindestens 15 Prozent zu erzielen. Dafür sollen sich Erweiterungs- und Neuinvestitionen grundsätzlich innerhalb von drei Jahren amortisieren und dabei einen internen Zinsfuß (IRR = Internal Rate of Return) von mindestens 18 Prozent erwirtschaften. Strategische Projekte sollen sich im Regelfall innerhalb von fünf Jahren amortisieren. Dazu betreibt der Konzern eine konsequente Steuerung von Investitionen und bewertet dafür jedes Projekt in den Segmenten nach gleichen Zielparametern.

Ein wichtiger Leistungsindikator für die Finanzplanung des Konzerns ist ein kapitaleffizienter **Verschuldungsgrad**. Der Verschuldungsgrad gibt die Höhe der Netto-Finanzverbindlichkeiten im Verhältnis zum sogenannten LTM adjusted EBITDA an – dem adjusted EBITDA, das die ProSiebenSat.1 Group in den jeweils letzten zwölf Monaten realisiert hat (LTM = last twelve months). Zielwert ist ein **Faktor zwischen 1,5x und 2,5x zum jeweiligen Jahresende**. Aufgrund der Bedeutung des vierten Quartals bzw. der unterjährigen Saisonalitäten wird die Festlegung des Verschuldungsgrads als Zielwert nur für das jeweilige Jahresende vorgenommen. Unterjährig erfolgt die Berichterstattung aus Gründen der Transparenz bzw. nachrichtlich. Zyklische Einflüsse oder diskretionäre Liquiditätsabflüsse – etwa aufgrund von wichtigen strategischen Investitionen – können unter Umständen zu einer Überschreitung des für den am Jahresende gültigen Zielkorridors führen. Dies stellt den grundsätzlichen Zielwertkorridor jedoch nicht in Frage.

Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren sind die Grundlage der Unternehmenssteuerung. Es ist daher konsequent, sie als Bemessungsgrundlage für eine zielorientierte variable Vergütung einzubeziehen: Für Mitarbeiter:innen auf den oberen Managementebenen sowie ausgewählte Vertriebsfunktionen ist der Performance Bonus relevant; dieser bemisst sich am Unternehmenserfolg und basiert auf den bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren Umsatzerlösen, adjusted EBITDA sowie dem adjusted Operating Free Cashflow. Als variable Bemessungsgrundlage für die Vergütung des Vorstands dienten im Geschäftsjahr 2022 verschiedene finanzielle Leistungsindikatoren; zusätzlich zu diesen Kennzahlen werden ESG-Vorgaben herangezogen.

DEFINITION VON AUSGEWÄHLTEN NON-IFRS-KENNZAHLEN

ADJUSTED EBITDA

Adjusted EBITDA steht für adjusted Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization. Es beschreibt das um bestimmte Einflussfaktoren (Sondereffekte) bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen und Wertberichtigungen (bereinigtes Betriebsergebnis). Zu diesen Sondereffekten zählen:

– M&A-bezogene Aufwendungen beinhalten Beratungsaufwendungen und sonstige Aufwendungen für laufende, abgeschlossene oder abgebrochene M&A-Transaktionen sowie Kosten, die im Zusammenhang mit einem Börsengang oder Delisting-Prozess stehen und Integrationskosten, die innerhalb eines Jahres nach dem wirtschaftlichen Erwerb anfallen.
– Reorganisationsaufwendungen enthalten Sach- und Personalkosten für Reorganisationen und Restrukturierungen. Sie umfassen Aufwendungen wie Abfindungen, Freistellungsgehälter, Beratungskosten, Rechtsberatungskosten sowie Wertminderungen von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro.
– Aufwendungen für Rechtstreitigkeiten enthalten Ansprüche, Strafen, Bußgelder sowie Beratungskosten von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro, die im Zusammenhang mit wesentlichen abgeschlossenen, laufenden oder drohenden Rechtsstreitigkeiten stehen.
– Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen umfassen den ergebniswirksamen Teil der Änderungen des beizulegenden Zeitwertes von durch Barausgleich erfüllten anteilsbasierten Vergütungsplänen.
– Ergebnisse aus Änderungen des Konsolidierungskreises beinhalten Erträge und Aufwendungen im Rahmen von Fusionen, Unternehmensabspaltungen, Erwerben oder Verkäufen von Konzernunternehmen.
– Ergebnisse aus sonstigen wesentlichen Einmaleffekten beinhalten vom Finanzvorstand freigegebene, nicht mit der laufenden operativen Performance im Zusammenhang stehende Geschäftsvorfälle. Die ProSiebenSat.1 Group versteht unter wesentlichen Maßnahmen in diesem Zusammenhang Geschäftsvorfälle von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro.
– Bewertungseffekte aus der strategischen Neuausrichtung von Business Units enthalten Aufwendungen im Rahmen von Veränderungen des zugrundeliegenden Geschäftszwecks bzw. der Strategie der betroffenen Einheiten von jeweils mindestens 25 Mio Euro.

ADJUSTED NET INCOME

Das adjusted net income ist das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnende Konzernergebnis, bereinigt um obenstehende, im Rahmen des adjusted EBITDA dargestellte Sondereffekte sowie bereinigt um weitere Sondereffekte. Zu diesen weiteren Sondereffekten zählen:

– Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen.
– Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte.
– Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis enthalten Wertminderungen und Neubewertungseffekte von Beteiligungen, nach der Equity-Methode bilanzierten Unternehmen und sonstigen finanziellen Vermögenswerten, die im sonstigen Finanzergebnis erfasst werden. Darüber hinaus kann der Konzern im Zuge mehrstufiger Unternehmenserwerbe die Beherrschung über bisher nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungsunternehmen erwerben. Die Effekte aus der Bewertung derartiger ursprünglicher Anteile zum beizulegenden Zeitwert im Rahmen der Erstkonsolidierung fallen auch unter diese Kategorie.
– Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten enthalten Bewertungs-, Währungs- und Zinseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten.
– Bewertungseffekte aus Sicherungsgeschäften enthalten Ineffektivitäten und Auflösungen von im sonstigen Gesamtergebnis erfassten Beträgen aus Cashflow-Hedges sowie Effekte aus Sicherungsgeschäften, für die kein Hedge-Accounting im Sinne des IAS 39 Anwendung findet.
– Ergebnisse aus sonstigen wesentlichen Einmaleffekten beinhalten nicht mit der laufenden operativen Performance im Zusammenhang stehende Geschäftsvorfälle. Die ProSiebenSat.1 Group versteht unter wesentlichen Maßnahmen in diesem Zusammenhang Geschäftsvorfälle von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro.
Die aus den Bereinigungen resultierenden Steuereffekte werden ebenfalls bereinigt.

AUSWEIS UND NUTZEN VON NON-IFRS-KENNZAHLEN

Dieser Lagebericht enthält neben den nach IFRS ermittelten Finanzdaten auch sogenannte Non-IFRS-Kennzahlen. Die Überleitung dieser Non-IFRS-Kennzahlen auf die entsprechenden IFRS-Kennzahlen wird im folgenden Kapitel dargestellt:

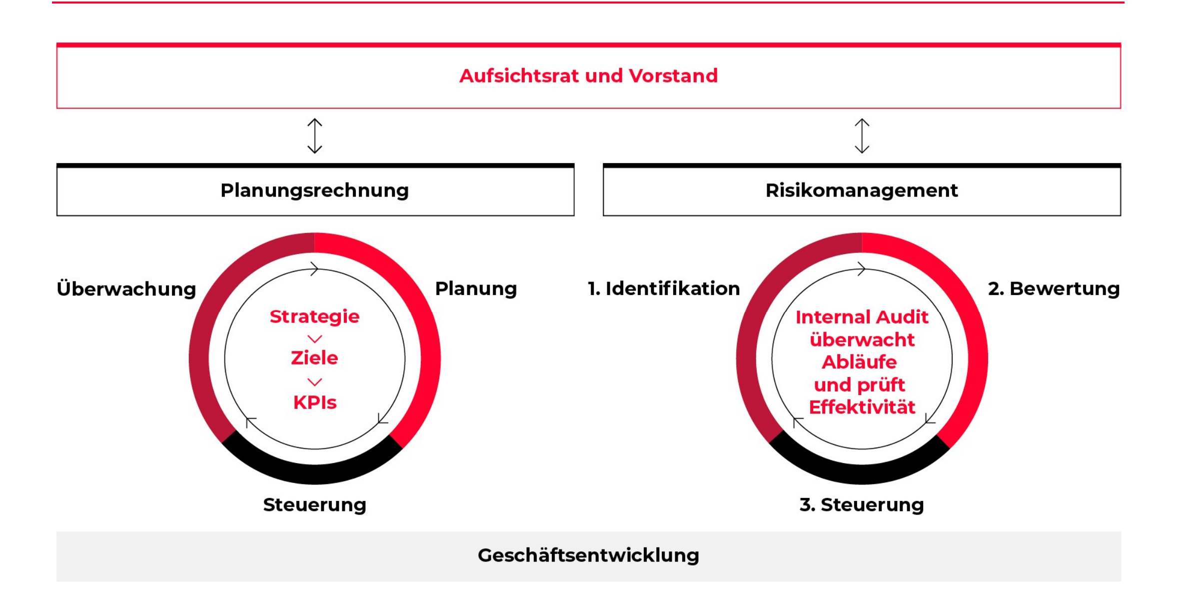
Die ProSiebenSat.1 Media SE verwendet für ihre finanziellen, strategischen und operativen Entscheidungen primär Non-IFRS-Kennzahlen als Entscheidungsgrundlage. Diese liefern auch Investor:innen Zusatzinformationen, die einen Vergleich der Performance im Mehrjahresvergleich erlauben, da sie um bestimmte Einflüsse bereinigt werden. Diese Kennzahlen werden nicht auf Basis der IFRS ermittelt und können sich daher von den Non-IFRS-Kennzahlen anderer Unternehmen unterscheiden. Daher ersetzen diese nicht die IFRS-Kennzahlen oder sind bedeutsamer als IFRS-Kennzahlen, sondern stellen eine Zusatzinformation dar. Wir sind davon überzeugt, dass die Non-IFRS-Kennzahlen aus den folgenden Gründen für Investor:innen von besonderem Interesse sind:

– Sondereffekte können die operative Geschäftsentwicklung beeinflussen oder gar überlagern; daher bieten um derartige Effekte bereinigte Kennzahlen Zusatzinformationen zur Beurteilung der operativen Leistungsfähigkeit des Unternehmens. Bereinigte Kennzahlen besitzen somit für die Steuerung des Unternehmens eine größere Relevanz.
– Das adjusted net income dient zudem bei der ProSiebenSat.1 Media SE als Basis zur Ermittlung der Dividendenzahlung, da wir unsere Aktionär:innen an der operativen Ertragskraft des Unternehmens beteiligen wollen.
– Der Konzern hat ein ganzheitliches Steuerungssystem implementiert. Non-IFRS-Kennzahlen werden konsequent für die Vergangenheit und die Zukunft ermittelt; sie bilden eine bedeutende Grundlage für die interne Steuerung sowie die Entscheidungsprozesse der Unternehmensleitung.

Operative und strategische Planung

Steuerung und Planung greifen bei der ProSiebenSat.1 Group eng ineinander. So werden im Rahmen der Planung Soll-Größen definiert und für verschiedene zeitliche Perioden festgelegt. Im Fokus stehen die zuvor erläuterten Leistungsindikatoren. Die unterschiedlichen Ebenen des Planungsprozesses bauen aufeinander auf und sind mit unserem Risikomanagement verknüpft. Der Aufsichtsrat wird zudem vom Vorstand – sowohl innerhalb als auch außerhalb der Aufsichtsratssitzungen – regelmäßig über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance unterrichtet.

PLANUNGSRECHNUNG UND RISIKOMANAGEMENT DER PROSIEBENSAT.1 GROUP



Unternehmensplanung: Die Unternehmensplanung umfasst die operative Jahresplanung (Budget) sowie die langfristige Unternehmensplanung (Mehrjahresplanung) und stellt die detaillierte, zahlenseitige Abbildung der Strategieplanung dar. Sie erfolgt für das erste Jahr auf Monats- und für weitere vier Jahre auf Jahresbasis. Die strategisch abgeleiteten Zielvorgaben für das erste Planungsjahr werden für die einzelnen bedeutsamsten finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren im Gegenstromverfahren konkretisiert und auf die Mehrjahre fortgeschrieben. Die Finanzkennzahlen aus der Gewinn- und Verlustrechnung bzw. der Bilanz und Kapitalflussrechnung der einzelnen Tochterunternehmen werden analysiert und auf Segment- und Konzernebene verdichtet.

Monatsberichtswesen und Trendprognosen: Ein wichtiges Werkzeug zur unterjährigen Planung sind Trendprognosen: Dabei wird auf Basis der bisherigen wirtschaftlichen Leistung die auf Jahressicht erwartete Entwicklung berechnet und mit den ursprünglich budgetierten Soll-Größen verglichen. Ziel ist es, potenzielle Soll-Ist-Abweichungen unmittelbar festzustellen und erforderliche Maßnahmen zur Gegensteuerung zeitnah umzusetzen. Auch im Jahr 2022 hat der Vorstand dem Aufsichtsratsgremium die kurz- und langfristige wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens erläutert.

Neben der monatlichen Berichterstattung werden Risikopotenziale quartalsweise an den Group Risk Officer gemeldet. Hier wird insbesondere analysiert, wie sich Risikofrühwarnindikatoren unterjährig und im Zeitablauf verändert haben. Ein wichtiger Frühwarnindikator ist etwa die Entwicklung der Zuschauermarktanteile. Sobald die Eintrittswahrscheinlichkeit von Risiken mehr als 50 Prozent beträgt, werden sie in den Planungsrechnungen erfasst. Zusätzliche Chancen und damit mögliche positive Abweichungen von prognostizierten Zielen werden parallel zum Risikomanagement analysiert und in den Planungsrechnungen erfasst, sofern ihre Eintrittswahrscheinlichkeit mehr als 50 Prozent beträgt.

RAHMENBEDINGUNGEN DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die ProSiebenSat.1 Media SE bündelt alle zentralen Verwaltungsdienste für den gesamten Konzern. Deswegen gelten für sie im Wesentlichen die gleichen Rahmenbedingungen wie für den gesamten Konzern. Infolgedessen werden die weiteren Ausführungen auf Konzernebene erläutert.

ENTWICKLUNG VON KONJUNKTUR UND WERBEMARKT

Die Wirtschaft war 2022 mit großen Herausforderungen konfrontiert: Nachdem sich die **Weltwirtschaft** im Jahr 2021 deutlich von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie erholen konnte und die Wirtschaftsinstitute in ihren Januarprognosen ein solides Wachstum für das Jahr 2022 annahmen, veränderte sich die Situation durch den Russland-/Ukraine-Krieg signifikant.

Zu den weiterhin bestehenden Pandemie-Belastungen wie Lieferkettenstörungen kamen Rohstoff- bzw. Energieknappheiten sowie der starke Anstieg der Inflation. Vor diesem Hintergrund begannen die US-Notenbank Federal Reserve (Fed) und die Europäische Zentralbank (EZB) nach Jahren expansiver Geldpolitik, die Leitzinsen deutlich anzuheben. Dies dämpfte die konjunkturelle Entwicklung zusätzlich. So blieb für die **USA** von der vom Internationalen Währungsfonds (IWF) im Januar 2022 prognostizierten Wachstumsrate von 4,0 Prozent zuletzt noch ein Plus von 2,1 Prozent übrig. Für die globale Wirtschaft ermittelte der IWF einen Anstieg um 3,4 Prozent anstatt der ursprünglich erwarteten plus 4,4 Prozent. 2021 war die Weltwirtschaft mit plus 6,3 Prozent kräftig gewachsen.

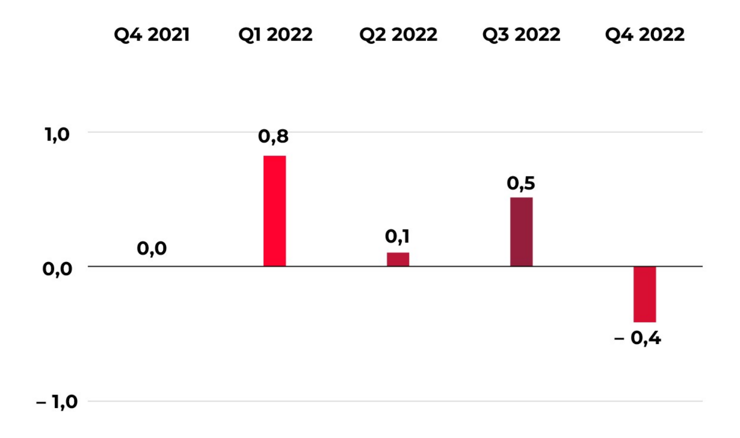
Für **Deutschland** wurde zu Beginn des Jahres noch Wachstum prognostiziert. Dabei sollte sich insbesondere der private Konsum nach dem schrittweisen Ende der COVID-19-Beschränkungen dynamisch entwickeln. Nachdem die deutsche Wirtschaft im ersten Quartal 2022 leicht gewachsen war (real +0,8% vs. Vorquartal, Destatis), trübte sich diese als Folge des Russland-/Ukraine-Krieges im weiteren Jahresverlauf stark ein: Im zweiten Quartal 2022 stagnierte das Bruttoinlandsprodukt mit 0,1 Prozent nahezu gegenüber dem Vorquartal, so dass für die deutsche Gesamtwirtschaft mit einer Rezession gerechnet wurde.

Entgegen den Erwartungen stieg die Wirtschaftsleistung jedoch im dritten Quartal 2022 um real plus 0,5 Prozent. Maßgeblicher Faktor war – wie in den beiden Vorquartalen – der private Konsum: Dieser konnte von der Aufhebung der pandemiebedingten Beschränkungen profitieren und nahm im Vergleich zum Vorquartal deutlich zu. So nutzten Konsument:innen die Aufhebung der COVID-19-Beschränkungen, um zum Beispiel mehr zu reisen und auszugehen. Anders als in den Vorquartalen wurde die Wirtschaft im vierten Quartal 2022 nicht durch den privaten Konsum gestützt und verzeichnete einen Rückgang um minus 0,4 Prozent gegenüber dem Vorquartal bei einer hohen Inflation von über 8,0 Prozent.

Die Volatilität der Erwartungen ist hoch, Sorgen vor einer Rezession bestehen – die Ökonom:innen rechnen allerdings damit, dass der Konjunkturrückgang milder ausfallen dürfte als unterjährig erwartet: Die Sorge vor einer Gasmangellage nimmt ab, der Auftragsbestand in der Industrie ist hoch. Zudem gibt es Anzeichen für eine Entspannung in den Lieferketten. Dazu kommen staatliche Unterstützungsmaßnahmen, die künftig nicht nur die Inflation dämpfen, sondern auch die Stimmung von Unternehmen und Konsument:innen stabilisieren sollen. Insgesamt überwiegen dennoch Abwärtskräfte: Inflation und Kaufkraftverluste bleiben trotz der Entlastungspakete

voraussichtlich hoch. Gleichzeitig laufen die COVID-19-Aufholeffekte in den konsumnahen Dienstleistungssektoren allmählich aus.

ENTWICKLUNG DES BRUTTOINLANDSPRODUKTS IN DEUTSCHLAND IN PROZENT, VERÄNDERUNG GEGENÜBER VORQUARTAL



Verkettet, preis-, saison- und kalenderbereinigt. Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen vom 24.02.2023.

Das Geschäft der ProSiebenSat.1 Group ist zu einem großen Teil von der Entwicklung des Werbemarkts abhängig. Dabei sehen wir derzeit drei wesentliche Einflussfaktoren: den Russland-/Ukraine-Krieg und die daraus resultierende Energiekrise, die hohe Inflation und die gedrückten Konjunkturaussichten. Die Konsequenz zeigt sich im Jahresverlauf deutlich:

Nachdem die Brutto-TV-Werbeinvestitionen im ersten Quartal 2022 mit 4,6 Prozent einen Zuwachs verzeichnen konnten, lagen diese im zweiten Quartal nur noch nahezu auf Vorjahresniveau. In der zweiten Jahreshälfte verzeichneten die Werbeinvestitionen jedoch einen deutlichen Rückgang (Q3 2022: -9,6 %; Q4 2022: -12,1 %). Insgesamt sind die Brutto-Investitionen in TV-Werbung im Gesamtjahr 2022 laut Nielsen Media Research um 5,5 Prozent auf 17,15 Mrd Euro gesunken (Vorjahr: 18,14 Mrd Euro).

Diese Entwicklung spiegelt das Investitionsverhalten unserer Werbekunden wider, wenngleich die ProSiebenSat.1 Group ihre Marktführerschaft im deutschen TV-Werbemarkt im Jahr 2022 fortsetzen konnte: Laut Nielsen Media Research sind die TV-Werbeeinnahmen der ProSiebenSat.1 Group 2022 mit minus 7,4 Prozent auf 6,31 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 6,82 Mrd Euro) gesunken. Dies entspricht einem Marktanteil für den ProSiebenSat.1-Konzern von 36,8 Prozent (Vorjahr: 37,6 %). Die makroökonomischen Unsicherheiten prägten besonders das – für ProSiebenSat.1 traditionell wichtige – vierte Quartal 2022: Hier lagen die Brutto-TV-Werbeinnahmen des Konzerns mit minus 16,5 Prozent deutlich unter dem Vorjahr und betrugen 2,10 Mrd Euro (Vorjahr: 2,52 Mrd Euro). Das zeigt, dass Werbeausgaben für Medien vor dem Hintergrund des angespannten Konsumklimas schon reduziert bzw. verschoben wurden, noch bevor eine Rezession tatsächlich eingetreten ist.

Auf Netto-Basis ist der Trend vergleichbar: So dürften laut der aktuellen Prognose des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) die Netto-Werbeeinnahmen der Medienbranche zwar auf Jahressicht mit 1,9 Prozent leicht zugenommen haben. Ausschlaggebend ist hier allerdings das überproportionale Wachstum der digitalen Werbung. Auch die im Dezember 2022 veröffentlichten Prognosen der Media-Agenturen ZenithOptimedia und Magna Global zeigen diese Entwicklung für 2022: Wie erwartet, sind die Gesamt-Netto-Werbeausgaben in Deutschland aufgrund des dynamischen Wachstums der Investitionen in Online-Werbung um 4,5 bzw.

2,4 Prozent gestiegen. Gleichzeitig dürften die Werbeinvestitionen in TV mit minus 7,0 bzw. minus 4,7 Prozent abgenommen haben.

Online-Werbung ist auch für ProSiebensat.1 ein zunehmend wichtiger Umsatzmarkt: Aus der Vermarktung von InStream-Videoanzeigen, die online vor, nach oder während eines Bewegtbild-Streams gezeigt werden, erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group auf Jahressicht einen Brutto-Umsatz von 390,2 Mio Euro (Vorjahr: 329,4 Mio Euro). Dies entspricht einem starken Anstieg von 18,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr, der das Marktwachstum deutlich übertrifft: Das Marktvolumen für Werbebudgets in InStream-Videoanzeigen verzeichnete in Deutschland ein Plus von 9,6 Prozent auf 1.070,2 Mio Euro brutto (Vorjahr: 976,6 Mio Euro). In den Umsätzen sind globale Plattformanbieter wie Alphabet Inc. („Alphabet“)/Google und Meta Platforms, Inc. („Meta“)/Facebook nicht enthalten.

TV-WERBEMÄRKTE IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ AUF BRUTTO-BASIS
in Prozent

	Entwicklung TV-Werbemarkt Q4 2022 (Abweichung vs. Vorjahr)	**Entwicklung TV-Werbemarkt 2022 (Abweichung vs. Vorjahr)**
Deutschland	−12,1	−5,5
Österreich	−2,1	+0,9
Schweiz	−3,2	−3,3

	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q4 2022	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q4 2021	**Marktanteile ProSiebenSat.1 Group 2022**	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group 2021
Deutschland	36,9	38,8	36,8	37,6
Österreich	41,9	40,5	41,3	40,3
Schweiz	25,7	25,4	25,8	25,1

Deutschland: Januar - Dezember, brutto, Nielsen Media.
Österreich: Januar - Dezember, brutto, Media Focus.
Schweiz: Januar - Dezember, die Werbemarktanteile beziehen sich auf die deutschsprachige Schweiz, brutto, Media Focus. Media Focus hat aufgrund von systemtechnischen Anpassungen mit Datenabschluss Januar 2022 die effektiven Brutto-Leistungsvolumen der TV-Sender 3 Plus, Kabel Eins, ProSieben, RTL, RTLZWEI, VOX, SAT.1 und SUPER RTL rückwirkend für 2020 und 2021 angepasst.

ENTWICKLUNG RELEVANTER MARKTUMFELDER DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

Entertainment

Die Digitalisierung verändert die Medienlandschaft weiterhin nachhaltig: Bewegtbildinhalte sind jederzeit und überall abrufbar. Doch nicht nur die Nutzungsoptionen werden zunehmend vielfältiger. Auch die Vielfalt an Angeboten begünstigt den Trend, dass die Mediennutzung anhaltend hoch ist. Dabei zeichnen sich zwei wesentliche Entwicklungen ab, auf die wir unsere Strategie ausgerichtet haben:

TV ist das Medium mit der längsten Nutzungsdauer. Laut der Studie „Media Activity Guide 2022“ unseres Werbezeitenvermarkters Seven.One Media hat TV bei den 14- bis 69-jährigen Zuschauer:innen den größten Anteil an der täglichen Mediennutzung und liegt basierend auf der letzten Befragungswelle aus dem Jahr 2022 bei 213 Minuten. Damit entfallen 35 Prozent der täglichen Mediennutzung auf TV, hierzu zählen sowohl Live- als auch On-Demand-Inhalte. Wichtig für unsere Strategie ist zudem der Mehrjahresvergleich. Hier zeigt der aktuelle ViewTime Report in Zusammenarbeit mit forsa zwar, dass sich die tägliche Nutzung von Live-TV-Angeboten auf hohem Niveau rückläufig entwickelt hat, gleichzeitig jedoch die Nutzung von werbefinanzierten Streaming-Angeboten deutlich an Bedeutung gewonnen und sich seit 2015 nahezu verdreifacht hat. Diese hohe und wachsende Beliebtheit ist eine Eigenheit des deutschen TV-Marktes, die auch

unser Portfolio auszeichnet: Unsere Streaming-Plattform Joyn ist frei verfügbar und erzielt Umsätze primär aus der Werbezeitenvermarktung.

Neben der starken Nutzungsdauer zeichnet sich Fernsehen durch eine sehr hohe Reichweite aus. Dieses Qualitätsmerkmal spiegelt sich in der Werbewirksamkeit des Mediums wider: Werbung im TV ist besonders effektiv und hat im intermedialen Vergleich großes Potenzial. Denn über Bewegtbild-Werbung kann eine Marke stärker emotional geprägt werden als über jedes andere Medium. Dies ist wichtig für die Markenbindung und letztendlich den Verkauf von Produkten. So motiviert laut der Studie „Media Activity Guide 2022" beispielsweise kein anderes Medium so stark zur Produktrecherche im Internet wie das Fernsehen. Dementsprechend fließt der Großteil der Werbebudgets in TV-Werbung: Gemäß der auf Brutto-Basis vorliegenden Daten von Nielsen Media Research entfielen 2022 46,1 Prozent der Werbeinvestitionen in TV-Werbung (2021: 47,1 %), auf Platz zwei folgt Print mit 22,5 Prozent (Vorjahr: 22,5 %).

In diesem Wettbewerbsumfeld ist die ProSiebenSat.1 Group mit ihren TV-Sendern unter den privaten – das bedeutet werbefinanzierten – Anbietern führend: Auf Jahressicht erreichte die ProSiebenSat.1-Senderfamilie in Deutschland einen Marktanteil von 24,9 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauer:innen (Vorjahr: 25,5 %). Damit blieben die Marktanteile unter Vorjahr, dies reflektiert jedoch unsere Erwartungen in einem sehr herausforderndem Marktumfeld. So war der Zuschauermarkt im Jahr 2022 von zwei Entwicklungen geprägt: Während im ersten Quartal mit Beginn des Russland-/Ukraine-Krieges und dem damit verbundenen erhöhten Informationsbedürfnis vor allem die öffentlichen-rechtlichen Sender ihre Marktanteile ausbauen konnten, wirkte sich im vierten Quartal 2022 die Übertragung der Männer-Fußball-Weltmeisterschaft im November und Dezember negativ auf die Marktanteilsentwicklung von ProSiebenSat.1 aus.

ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1-SENDER IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ

in Prozent

	Zuschauermarkt-anteile Q4 2022	Zuschauermarkt-anteile Q4 2021	**Zuschauermarkt-anteile 2022**	Zuschauermarkt-anteile 2021
Deutschland	24,3	26,5	24,9	25,5
Österreich	26,0	27,0	26,1	27,4
Schweiz	14,0	15,6	15,2	14,3

Deutschland: E: 14 - 49; ProSiebenSat.1 Group: ProSieben, SAT.1, Kabel Eins, sixx, ProSieben MAXX, SAT.1 GOLD, Kabel Eins Doku/AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4; 01.01.2021 - 31.12.2022; Marktstandard: TV.
Österreich: E 12 - 49; ProSieben Austria, SAT.1 Österreich, Kabel Eins Austria, PULS 4, sixx Austria, ProSieben MAXX Austria, SAT.1 Gold Österreich, Kabel Eins Doku Österreich, ATV + ATV 2, PULS 24; Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius Reporting; 01.01.2021 - 31.12.2022; personengewichtet; inklusive VOSDAL/Timeshift; Standard.
Schweiz: Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo - So), alle Plattformen, overnight + 7. ProSieben Schweiz, SAT.1 Schweiz, Kabel Eins Schweiz, sixx Schweiz, ProSieben MAXX Schweiz, SAT.1 Gold Schweiz, Puls 8; werberelevante Zielgruppe 15 - 49 Jahre; Marktanteile beziehen sich auf die deutschsprachige Schweiz; D-CH; Totalsignal; Quelle: Mediapulse TV Data.

ProSiebenSat.1 leistet in der deutschen Medienlandschaft einen wichtigen Beitrag zur Medien- und Meinungsvielfalt und adressiert gerade in den jungen Zielgruppen gesellschaftlich relevante Themen. Dabei ist eine unabhängige Berichterstattung zunehmend wichtig, um dem wachsenden Bedürfnis nach aktuellen Informationen und verlässlicher Kontextualisierung von Nachrichten zu begegnen. Dieser hohen gesellschaftlichen Verantwortung kommt die ProSiebenSat.1 Group mit ihrer eigenen Nachrichtenredaktion nochmals verstärkt nach: Seit 1. Januar 2023 produzieren wir Nachrichten im eigenen Haus und senden diese live aus Unterföhring sowie aus unserem Hauptstadt-Studio in direkter Nähe zur deutschen Bundespolitik am Potsdamer Platz in Berlin. Ziel ist, in der aktuellen Berichterstattung flexibel zu agieren, Inhalte plattformübergreifend auszuspielen und gezielt junge Zielgruppen zu erreichen. Damit setzen wir unsere Strategie konsequent fort, verstärkt in lokale, relevante und Live-Inhalte zu investieren.

Gleichzeitig steht ProSiebenSat.1 für großes Entertainment, gerade auch in der für den Werbemarkt besonders relevanten Prime Time: Hier erzielten wir im Jahr 2022 beispielsweise mit

bewährten Formaten wie „Germany's Next Topmodel – by Heidi Klum" den höchsten Marktanteil seit 14 Jahren (durchschnittlich 21,0 %, 14-49-jährige Zuschauer:innen) und waren mit neuen Unterhaltungsformate wie „Wer stiehlt mir die Show?" (durchschnittlich 21,0 %, 14-49-jährige Zuschauer:innen) erfolgreich.

Die großen TV-Sender ProSieben und SAT.1 haben 2022 in der Prime Time eine Steigerung der lokalen Programminhalte von 10,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet. Dies ist ein zunehmend wichtiger Wettbewerbsvorteil: Über eigene Inhalte schärfen wir unser Markenprofil und stärken zugleich unsere Position gegenüber multinationalen Streaming-Anbietern. Neben dem Fokus auf lokale und Live-Inhalte ist Kern unserer Programmstrategie, Inhalte über möglichst viele Verbreitungswege anzubieten und so unterschiedliche Nutzungsinteressen zu bedienen. Heute erreicht der ProSiebenSat.1-Konzern über seine Free- und Pay-TV-Sender in Deutschland monatlich über 60 Mio Menschen, die eigenen Online-Kanäle werden von knapp 12 Mio Unique Usern genutzt.

Die Strategie, Inhalte plattformübergreifend anzubieten, setzt ProSiebenSat.1 konsequent um: Im Oktober 2022 hat der Konzern die ausstehenden 50 Prozent der Anteile an der Streaming-Plattform Joyn von Discovery Communications Europe Limited („Discovery") übernommen. Dabei hat Joyn von Beginn an den Fokus auf ein attraktives kostenfreies und damit werbefinanziertes Angebot gelegt. Mit über 30 Mio App-Downloads und über 4 Mio Unique Usern im Monat hat sich die deutsche Streaming-Plattform nach nur drei Jahren im Markt fest etabliert.

Teil des Digital-Angebots von ProSiebenSat.1 ist zudem Studio71: Hier entwickeln und distribuieren wir ein breites Portfolio von Content Creator:innen auf digitalen Plattformen wie YouTube, Facebook und Instagram – und richten uns damit insbesondere an die junge Zielgruppe zwischen 18 und 25 Jahren. Allein auf YouTube erreichte Studio71 im Geschäftsjahr 2022 mit rund 1.250 Kanälen weltweit 11,8 Mrd Video Views pro Monat (Vorjahr: 10,7 Mrd Video Views). Mit innovativen Ideen wie dem Zukunftsthema Virtuelle Influencer bauen wir auch hier unsere Wettbewerbsposition sukzessive aus und investieren in neue Wachstumsfelder. Seit dem 2. Juni 2022 ergänzt etwa die Full-Service-Agentur Buzzbird unser Portfolio als hundertprozentiges Tochterunternehmen. Damit sind wir einer der größten Anbieter für Influencer-Marketing in Deutschland.

Durch die Digitalisierung wird die Mediennutzung vielfältiger, individueller und flexibler. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass wir unsere Reichweite auch jenseits der klassischen Werbefinanzierung sukzessive stärken und monetarisieren. Die Distribution von Programmen in HD-Qualität ist ein Beispiel, wie der ProSiebenSat.1-Konzern zusätzliche Erlöse generiert und zugleich sein Umsatzprofil diversifiziert. Die ProSiebenSat.1 Group partizipiert hier an den technischen Freischaltentgelten, die Endkund:innen für Programme in HD-Qualität an die jeweiligen Anbieter entrichten. In Deutschland verzeichneten die HD-Sender der ProSiebenSat.1 Group in der Berichtsperiode 11,6 Mio Nutzer:innen und damit 4,2 Prozent mehr als im Vorjahr.

Kooperationen unterstreichen unser Ziel, unsere Reichweite auszubauen. Ein wichtiger Schritt war in diesem Kontext ein umfassender Addressable-TV-Kooperationsvertrag mit der Deutschen Telekom AG („Deutsche Telekom"): Gemeinsam mit dem Plattformpartner haben wir 2022 die technologischen Weichen gestellt, zielgruppengenaue Werbekampagnen auf MagentaTV und damit über unsere eigenen Plattformen hinaus anzubieten und die Reichweitenbasis von Addressable-TV und AVoD (werbefinanziertes Video-on-Demand) weiter zu steigern.

Dating & Video

Die Popularität von Online-Dating ist hoch: In den beiden größten geografischen Märkten der ParshipMeet Group – der DACH-Region und Nordamerika – sind Dating-Plattformen heute ein normaler Weg, sich kennenzulernen. So finden in den USA rund 40 Prozent und in Deutschland

rund 36 Prozent aller Beziehungen online ihren Anfang (Stand: 2021). Die hohe Relevanz geht mit einer wachsenden Anzahl an Singles einher. Hinzu kommen die Chancen der Digitalisierung, wobei gerade die COVID-19-Pandemie strukturelle Veränderungen beschleunigt hat: Durch die Beschränkungen sozialer Kontakte konnten Kennenlernmöglichkeiten auf digitalen Plattformen – etwa über Live-Video-Formate – Zuwächse verbuchen. Gleichzeitig gewinnt der Bereich des Social Entertainment durch eine wachsende Zahlungsbereitschaft für virtuelle Güter an Bedeutung.

Online-Dating und interaktives Livestreaming haben sich auf dieser Grundlage in den vergangenen Jahren zu globalen Megatrends entwickelt. So haben wir zu Jahresbeginn 2022 – auf Basis einer externen Studie des Beratungsunternehmens OC&C Strategy Consultants LLP („OC&C Strategy Consultants") – den Gesamtmarkt für Online-Dating und videobasierte Social-Entertainment-Angebote in der DACH-Region und Nordamerika auf ein Volumen von rund 3 Mrd Euro geschätzt. Etwaige Auswirkungen des Russland-/Ukraine-Krieges sowie der Einfluss steigender Verbraucherpreise auf das Konsumverhalten sind in der Studie nicht berücksichtigt.

Die ParshipMeet Group agiert in diesem dynamischen Marktumfeld und ist über ihre Erlösquellen breit aufgestellt. Auch in geografischer Hinsicht ist die ParshipMeet Group diversifiziert, wobei das Unternehmen den Großteil seiner Umsätze in Nordamerika und damit außerhalb der Euro-Zone erwirtschaftet. Dementsprechend vielfältig sind die Einflussfaktoren, die die Geschäftsentwicklung im Segment Dating & Video bestimmen. Dazu zählen neben gesellschaftlichen Trends technologische Entwicklungen oder regulatorische Veränderungen, wie das zum Juli 2022 verabschiedete Gesetz für faire Verbraucherverträge. Zudem können Währungseffekte die Geschäftsentwicklung des Segments Dating & Video beeinflussen. Im Geschäftsjahr 2022 profitierte das US-amerikanische Portfolio von der – im Vergleich zum Euro – starken US-Dollar-Entwicklung.

Von großer ökonomischer Bedeutung sind auch die konjunkturellen Bedingungen, wobei die Geschäftsentwicklung besonders eng mit den privaten Konsumausgaben korreliert. Dies zeigt sich 2022 sehr deutlich: Die makroökonomischen Herausforderungen und vor allem ein Rückgang der Kaufkraft prägten die Umsatzentwicklung der ParshipMeet Group in der DACH-Region. Doch auch in den USA sind die vielfältigen Folgen spürbar, die die Entwicklung des privaten Konsums für das Segment Dating & Video hat. So hatten im Frühjahr 2021 private Haushalte eine Stimulus-Zahlung von der US-Regierung erhalten, wovon unsere US-Angebote insbesondere bei Einmalkäufen von virtuellen Gütern profitiert haben. Diese staatlichen Wirtschaftshilfen blieben in den USA 2022 aus. Vor allem mit Blick auf das Video-Angebot muss sich die ParshipMeet Group daher an einem sehr starken Vorjahr messen. Zudem hat sich der Trend zum „Treffen per Video" mit dem Wegfall von Kontaktbeschränkungen stabilisiert.

Für 2022 war in der ersten Jahreshälfte ein Börsengang der ParshipMeet Group avisiert. Aufgrund des unsicheren und schwierigen Kapitalmarktumfelds wurde die Transaktion jedoch 2022 nicht realisiert.

Commerce & Ventures

Schon vor der COVID-19-Pandemie und den damit verbundenen Beschränkungen des öffentlichen Lebens wurden Kaufentscheidungen mehr und mehr im Internet getroffen: Es ist heute Alltag, online einzukaufen. Auch Dienstleistungen wie Verbraucherberatung finden oft virtuell statt. Diesen Trend nutzen wir in unserem Commerce & Ventures-Portfolio: Hier begleiten wir E-Commerce-Unternehmen in unterschiedlichen Wachstumsphasen mit dem Ziel, die Bekanntheit ihrer Marken und damit Umsatz und Profitabilität zu steigern. Denn es hat sich gezeigt, dass gerade Online-Portale mit hohem Verbraucherfokus von TV-Werbung als Wachstumshebel profitieren. In den Mittelpunkt unserer Investitionsstrategie rücken dabei zunehmend nachhaltige Unternehmen, die sich für die Vermarktung im reichweitenstarken Medium TV eignen und zugleich einen direkten Mehrwert für die Endkund:innen haben.

Bei unserem Beteiligungsgeschäft des SevenAccelerator und der SevenVentures konnten wir trotz schwieriger Marktbedingungen auch im Jahr 2022 erfolgreich in aufstrebende Start-ups mit unserer Währung Media investieren. Dabei korreliert ein Großteil unserer Beteiligungen aufgrund des Fokus auf Endverbraucher:innen direkt mit der Entwicklung des privaten Konsums. Dies zeigt sich deutlich im Jahr 2022, wenn auch je nach Branche in unterschiedlicher Intensität.

Laut Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) schränkten die Deutschen 2022 angesichts steigender Lebenshaltungs- und Energiekosten ihren Konsum bei nicht zwingend benötigten Waren oder Dienstleistungen ein. Zwar trat nach den Lockerungen bzw. dem Ende der Beschränkungen des öffentlichen Lebens durch die COVID-19-Pandemie zunächst eine Normalisierung ein, das Marktumfeld kühlte sich jedoch aufgrund des durch die Auswirkungen des Russland-/Ukraine-Krieges eingetrübten Konsumklimas gegen Ende des Jahres erneut ab. Die Implikationen des Russland-/Ukraine-Krieges zeigten sich zudem besonders im Energiemarkt, in dem wir mit unserem Online-Vergleichsportal Verivox aktiv sind. So haben sich die großflächig und stark gestiegenen Energiepreise negativ auf das für das Geschäftsmodell von Verivox wichtige Wechselverhalten der Verbraucher:innen ausgewirkt.

REGULATORISCHE ENTWICKLUNGEN

Neben dem Thema digitaler Verbraucherschutz in Deutschland stand 2022 die Plattform-Regulierung im Fokus: Im Sommer 2022 wurden mit dem Digital Services Act (DSA) und dem Digital Markets Act (DMA) auf europäischer Ebene wichtige Digitalgesetze beschlossen. Diese sind wegweisend für alle Digitalunternehmen, die mit Big-Tech-Konzernen konkurrieren: Sie adressieren wichtige Missstände im Wettbewerb und sorgen für fairere Spielregeln für alle Marktteilnehmer in Europa. Während der DSA wichtige Probleme der Plattformökonomie wie Desinformation, Hassrede, Piraterie oder Produktfälschungen angeht, soll der DMA wettbewerbsschädigende Praktiken unterbinden. Der DMA ist am 1. November 2022 in Kraft getreten, der DSA am 16. November 2022. Die adressierten Unternehmen müssen die Vorgaben nun implementieren und die Regeln nach gewissen Übergangsfristen befolgen.

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die ProSiebenSat.1 Group betreibt Forschung und Entwicklung (F&E) nicht im herkömmlichen Sinne eines produzierenden Industrieunternehmens.

Forschung hat bei der ProSiebenSat.1 Group dennoch einen hohen Stellenwert: Wir bewegen uns in einem dynamischen Wettbewerbsumfeld und betreiben daher intensiv Marktforschung in allen Bereichen, die für die Geschäftstätigkeit relevant sind oder Wachstumspotenziale eröffnen. Die Ausgaben für die konzernweiten Marktforschungsaktivitäten beliefen sich 2022 auf 8 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro). Die verschiedenen Research-Abteilungen des Konzerns erstellen Untersuchungen und Analysen zur Werbewirkung, zu Trends im Werbemarkt und digitalen Branchen sowie zur Mediennutzung und werten Konjunktur- und Marktprognosen aus. Die Ergebnisse der Marktanalysen sind eine Grundlage für unsere operative und strategische Planung. Zudem liefert der ProSiebenSat.1-Konzern mit seinen Studien wertvolle Erkenntnisse für die Marketing- und Werbeplanung, die wiederum für unsere Werbekunden eine wichtige Basis für Investitionsentscheidungen darstellen. In der Programmentwicklungsphase spielt auch die Programmforschung eine entscheidende Rolle. Eine wichtige Aufgabe ist die Bewertung von internationalen TV-Trends hinsichtlich ihres Potenzials für den deutschen Fernsehmarkt. Darüber hinaus erstellen Research-Teams regelmäßig quantitative sowie qualitative Studien und Analysen zu Programmen der ProSiebenSat.1-Sender. Dabei werden unter anderem TV-Piloten mithilfe von Umfragen und Publikumsvorführungen getestet. Außerdem werden Tests zu bereits ausgestrahlten Sendungen durchgeführt. Auf Basis der Ergebnisse können wir TV-Formate sowohl in der Entstehungsphase anpassen als auch bereits ausgestrahlte Programme optimieren.

Im Bereich der Entwicklung arbeitet ProSiebenSat.1 im Segment Entertainment insbesondere daran, Werbeprodukte „smarter“ zu machen: Ziel ist, die Vorteile der digitalen Werbung wie etwa deren datenbasierte Ausspielungsmöglichkeiten im TV nutzen zu können. Hier setzt ProSiebenSat.1 auf neue Technologien und bietet Werbekunden unterschiedliche Produkte im Bereich Advanced TV an. Ein Beispiel sind Adressable-TV-Spots. Diese Spots ermöglichen, dass Zuschauer:innen interessenbasiert und damit sehr zielgruppengenau angesprochen werden. Das Angebot basiert auf einer Werbetechnologie, die die Seven.One Media entwickelt und europaweit zum Patent angemeldet hat. Um trotz zunehmend fragmentierter Mediennutzung die erzielte Reichweite kombinierter TV- und Video-Kampagnen messbar und unter Berücksichtigung einheitlicher Kriterien bewertbar zu machen, hat ProSiebenSat.1 gemeinsam mit dem Lizenzgeber Sky Media GmbH („Sky Media“) das Konzept CFlight für den deutschen Markt entwickelt. CFlight beinhaltet ein transparentes, crossmediales Kampagnen-Reporting, das die Vergleichbarkeit von TV- und Video-Werbekontakten garantiert. Durch die Stärkung von TV mit Premium-Video bietet CFlight ein erweitertes Zielgruppenpotenzial insbesondere in den jüngeren Zielgruppen-Segmenten. Zudem haben wir mit Programmatic TV ein neues und innovatives Angebot entwickelt, das den Kunden lineares Fernsehen über digitale Wege verfügbar macht und den automatisierten und individualisierten Ein- und Verkauf sowie das Aussteuern von Werbeflächen in Echtzeit ermöglicht. Damit können wir neue Kundengruppen für TV erschließen – etwa Werbetreibende, die bisher hauptsächlich online geworben haben. Im Segment Dating & Video arbeiten wir daran, unsere Produkte entsprechend den Wünschen unserer Kund:innen weiterzuentwickeln. Gleichzeitig haben wir mit Livebox (ehemals: vPaaS) eine eigene Livestreaming-Technologie entwickelt, um noch besser die wachsenden Bedürfnisse der Creator Economy zu berücksichtigen. Diese Technologie stellen wir auch Drittunternehmen zur Verfügung. Auch im Commerce & Ventures-Segment ist es unser Ziel, unsere digitalen Plattformen kontinuierlich weiterzuentwickeln und so führende Verbrauchermarken aufzubauen.

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM ERWARTETEN GESCHÄFTSVERLAUF DES KONZERNS

Die ProSiebenSat.1 Group hat das Geschäftsjahr 2022 im Rahmen der im Oktober 2022 aktualisierten Prognose abgeschlossen: Dabei war das makroökonomische Umfeld, ausgelöst durch den Russland-/Ukraine-Krieg, 2022 zunehmend herausfordernd und von einer sehr hohen Unsicherheit bei den Verbraucher:innen geprägt. Dies gilt insbesondere für die DACH-Region als unseren Kernmarkt.

Im Vergleich zu der am 3. März 2022 kommunizierten erwarteten Umsatz- und Ergebnisentwicklung hatte zudem der Verkauf des US-Produktionsgeschäft der Red Arrow Studios sowie die vollständige Übernahme der Streaming-Plattform Joyn finanzielle Auswirkungen. Insgesamt lag die Geschäftsentwicklung 2022 damit deutlich unter den noch zu Beginn des Jahres veröffentlichten Finanzzielen.

Nachdem sich die Werbeerlöse zum Jahresauftakt 2022 – auch aufgrund von COVID-19-Aufholeffekten – dynamisch entwickelten, spürte der Konzern die Unsicherheiten bei den Verbraucher:innen nach Ausbruch des Russland-/Ukraine-Krieges am 24. Februar zunehmend. Dies wirkte sich im weiteren Jahresverlauf direkt auf die Werbewirtschaft und unsere Werbeerlöse aus, die frühzeitig und sehr sensitiv auf konjunkturelle Entwicklungen reagieren, sowie auf die Mehrzahl unserer Angebote in den Bereichen Dating & Video sowie Commerce & Ventures. Hinzu kamen die Auswirkungen der Energiekrise, die die Umsatz- und Ergebnisentwicklung des bislang profitablen Geschäfts des Portfoliounternehmens Verivox prägten.

Vor dem Hintergrund des Russland-/Ukraine-Krieges sowie unter Berücksichtigung des Verkaufs des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios zum 1. Juli 2022, hat der Konzern die am 3. März 2022 veröffentlichte Jahresprognose für seine Umsatz- und Ergebnisentwicklung mit Veröffentlichung der Zahlen für das zweite Quartal 2022 am 11. August 2022 aktualisiert. Die Ankündigung der vollständigen Übernahme von Joyn am 13. September 2022 führte zu einer Prognoseanpassung. Diese betraf für 2022 insbesondere das adjusted EBITDA des Konzerns; zuvor erfolgte der Ausweis des 50-prozentigen Anteils an Joyn „at-Equity" im Finanzergebnis.

Am 27. Oktober 2022 hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Prognose aktualisiert, da sich für das vierte Quartal 2022 ein stärker eingetrübtes gesamtwirtschaftliches Umfeld abgezeichnet hatte als ursprünglich in der bisherigen Gesamtjahresprognose der ProSiebenSat.1 Group reflektiert war.

Traditionell ist das vierte Quartal für den Gesamtjahresumsatz und den Ergebnisbeitrag das wichtigste Quartal des Jahres, denn in der Vorweihnachtszeit erfolgt ein Großteil der Werbebuchungen. 2022 entfiel auf diese Periode auch die Männer-Fußball-Weltmeisterschaft, die erstmalig im November bzw. Dezember stattfand und größtenteils bei den öffentlich-rechtlichen Sendern übertragen wurde. Hinzu kam, dass die nun prognostizierte anhaltend hohe Inflation, die Energiepreiskrise und die sich daraus ergebende Konsumzurückhaltung die Wachstumsaussichten des Commerce & Ventures-Segments beeinträchtigt haben, da ein Großteil dieser Geschäfte aufgrund ihres Fokus auf Endverbraucher:innen unmittelbar von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung abhängig ist.

Der Konzern ist auf dieser Grundlage davon ausgegangen, für das Gesamtjahr einen Umsatz von rund 4,15 Mrd Euro sowie ein adjusted EBITDA um die 650 Mio Euro zu erreichen. ProSiebenSat.1 erwartete in dieser Prognoseanpassung zudem, dass das adjusted net income unter dem Vorjahreswert von 362 Mio Euro liegen sollte.

Der Konzern erzielte im Jahr 2022 schließlich einen Konzernumsatz von 4.163 Mio Euro (währungs- und portfoliobereinigter Vorjahreswert: 4.333 Mio Euro). Zugleich verringerte sich das adjusted EBITDA auf 678 Mio Euro (währungs- und portfoliobereinigter Vorjahreswert: 833 Mio Euro). Im Gesamtjahr 2022 erreichte das adjusted net income 301 Mio Euro. Folglich liegen die Umsatz- und Ergebnisgrößen im Rahmen unserer zuletzt im Oktober kommunizierten Erwartungen für 2022. Das gilt auch für weitere bedeutsame Steuerungsgrößen, wie zum Beispiel den Verschuldungsgrad.

Der Verschuldungsgrad ist zum Jahresende auf 2,4x gestiegen (Vorjahr: 2,2x), somit liegt der Wert trotz der im Vergleich zum Vorjahr höheren Dividendenzahlung und des adjusted EBITDA-Rückgangs weiter im Zielkorridor von 1,5x bis 2,5x. Der Konzern verfolgt ein aktives Finanzmanagement mit dem Ziel, das Finanzierungsprofil konsequent zu optimieren. Gleichzeitig ist unser Cashflow-Management effektiv. Dies zeigt sich auch in der Entwicklung des adjusted Operating Free Cashflow, der – bei einem adjusted EBITDA-Rückgang von 163 Mio Euro – um 107 Mio Euro auf 492 Mio Euro gesunken ist. Damit liegt die Kennzahl zwar unter Vorjahr – gleichwohl fiel der Rückgang im Vergleich geringer aus.

Neben den genannten finanziellen Kennzahlen ist die Entwicklung der Zuschauermarktanteile in Deutschland die zentrale nichtfinanzielle Steuerungsgröße des ProSiebenSat.1-Konzerns: Mit einem Marktanteil von 24,9 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauer:innen hat der Konzern seine Wettbewerbsposition bestätigt und ist unter den privaten Anbietern führend (Vorjahr: 25,5 %).

Eine Übersicht der angepassten Prognosen für 2022 zeigt nachfolgende Tabelle; die verschiedenen finanziellen Leistungsindikatoren werden zudem in den nachstehenden Kapiteln erläutert und analysiert.

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM ERWARTETEN GESCHÄFTSVERLAUF

	2021[1]	GJ 2022 3. März 2022	2. Quartal 2022 11. August 2022	Ad-hoc-Mitteilung Vollständige Übernahme von Joyn 13. September 2022	Ad-hoc-Mitteilung 27. Oktober 2022	**2022**
Umsatzerlöse[2] (in Mio Euro)	4.413[4]	Insgesamt strebt der Konzern im Gesamtjahr 2022 einen Umsatz in Höhe von 4,6 Mrd Euro mit einer Varianz von plus/minus 100 Mio Euro an.[3]	Insgesamt strebt der Konzern im Gesamtjahr 2022 einen Umsatz in Höhe von rund 4,375 Mrd Euro mit einer Varianz von plus/minus 75 Mio Euro[3] an (Vorjahreswert: 4,333 Mrd Euro[2, 6]).	Für die Prognose des Geschäftsjahres 2022 der ProSiebenSat.1-Group bleibt der Umsatz von rund 4,375 Mrd Euro mit einer Varianz von plus/minus 75 Mio Euro[3] (währungs- und portfoliobereinigter Vorjahreswert: 4,333 Mrd Euro[2, 6]) trotz erstmaliger Vollkonsolidierung von Joyn im vierten Quartal unverändert.	Der Konzern geht im Gesamtjahr von einem Umsatz von rund 4,15 Mrd Euro aus.[3] Gleichzeitig geht ProSiebenSat.1 davon aus, dass die hochmargigen Werbeerlöse des Konzerns in der DACH-Region im vierten Quartal um voraussichtlich rund 130 Mio Euro bzw. rund 17 Prozent unter dem Vorjahr (Vorjahr: 776 Mio Euro) und auf Gesamtjahressicht um rund 160 Mio Euro bzw. rund 7 Prozent unter dem Vorjahr (Vorjahr: 2.233 Mio Euro) liegen werden.	4.163
Adjusted EBITDA[2] (in Mio Euro)	825[5]	Basierend auf den genannten Umsatzannahmen erwartet ProSiebenSat.1 für das adjusted EBITDA der Gruppe im Gesamtjahr 2022 einen Wert von rund 840 Mio Euro mit einer Varianz von plus/minus 25 Mio Euro.[3]	Basierend auf den genannten Umsatzannahmen erwartet ProSiebenSat.1 für das adjusted EBITDA der Gruppe einen Wert von rund 805 Mio Euro mit einer Varianz von plus/minus 25 Mio Euro[3] (Vorjahreswert: 833 Mio Euro[2, 7]).	Durch die erstmalige Vollkonsolidierung von Joyn erwartet ProSiebenSat.1 für das adjusted EBITDA der Gruppe 2022 einen Wert von 780 Mio Euro, mit einer unveränderten Varianz von plus/minus 25 Mio Euro.[3]	Basierend auf den genannten Umsatzannahmen erwartet ProSiebenSat.1 für das adjusted EBITDA einen Wert um die 650 Mio Euro.[3] In diesen Erwartungen sind für das adjusted EBITDA des Konzerns negative Konsolidierungseffekte aus der vollständigen Übernahme der Streaming-Plattform Joyn sowie positive Effekte aus Kostenmaßnahmen enthalten.	678
Adjusted net income (in Mio Euro)	362	Für das Gesamtjahr 2022 erwartet der Konzern, dass das adjusted net income auf oder leicht über dem Vorjahreswert liegen sollte.[3]	Für das adjusted net income erwartet der Konzern im Gesamtjahr weiterhin einen Wert auf oder leicht über dem Vorjahresniveau von 362 Mio Euro.[3]	Für das Gesamtjahr 2022 erwartet der Konzern, dass das adjusted net income etwa auf dem Niveau des Vorjahreswert liegen wird.[3]	Der Aktualisierung der adjusted EBITDA-Erwartung folgend wird das adjusted net income unter dem zuvor kommunizierten Ziel liegen.[3]	301
Adjusted Operating Free Cashflow[8] (in Mio Euro)	599	Beim Erreichen des mittle-ren Werts der angestrebten adjusted-EBITDA-Zielbandbreite geht der Konzern davon aus, dass sich der adjusted Operating Free Cashflow auf oder leicht über dem Vorjahreswert von 599 Mio Euro bewegen sollte.	Beim Erreichen eines mittleren Werts der aktualisierten adjusted EBITDA-Zielbandbreite ergibt sich ein adjusted Operating Free Cashflow, der sich weiterhin um den Vorjahreswert von 599 Mio Euro bewegen sollte.		Der Aktualisierung der adjusted EBITDA-Erwartung folgend wird der adjusted Operating Free Cashflow unter dem zuvor kommunizierten Ziel liegen.	492
P7S1 ROCE in % (Return on Capital Employed)	14,1	Im Geschäftsjahr 2022 strebt ProSiebenSat.1 einen Wert leicht über dem Niveau des Vorjahres von 14,1 Prozent an.	Der P7S1 ROCE wird unverändert leicht über dem Niveau des Vorjahres von 14,1 Prozent erwartet.		Der Aktualisierung der adjusted EBITDA-Erwartung folgend wird der P7S1 ROCE unter dem zuletzt kommunizierten Ziel liegen.	12,4
Verschuldungs-grad[9] (Netto-Finanz-verbindlich-keiten/ LTM adjusted EBITDA)	2,2	Für den Verschuldungsgrad strebt ProSiebenSat.1 grundsätzlich eine Bandbreite von 1,5x bis 2,5x an. Zum Jahresende 2022 rechnet der Konzern mit einem Verschuldungsgrad auf oder leicht unter Vorjahresniveau.	Aufgrund des Verkaufs der US-Gesellschaften der Red Arrow Studios zum 1. Juli 2022 rechnet der Konzern damit, dass sich der Verschuldungsgrad zum Jahresende 2022 beim Erreichen des Mittelwerts der aktualisierten Bandbreiten auf rund 2,1x verbessern sollte.		Der Aktualisierung der adjusted EBITDA-Erwartung folgend wird der Verschuldungsgrad über dem zuletzt kommunizierten Ziel liegen.	2,4

Die Zahlen für 2022 stellen reported Zahlen dar.
1 Die Zahlen für 2021 entsprechen den veröffentlichten Informationen im Lagebericht 2021, die als Basis für den Ausblick 2022 zum damaligen Zeitpunkt vorlagen. Die rückwirkende Anpassung der Rechnungslegungsmethode für das Gutscheingeschäft von Jochen Schweizer mydays ist hierbei nicht berücksichtigt.
2 Portfolio- und währungsbereinigt.
3 Ohne weitere Portfolioveränderungen.
4 Basierend auf den Umsatzerlösen des Geschäftsjahres 2021 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2022 abzüglich insbesondere der Umsatzerlöse der in 2021 entkonsolidierten Gesellschaften Sonoma Internet GmbH (Amorelie), moebel.de Einrichten & Wohnen AG (moebel.de) und Gravitas Ventures LLC (Gravitas Ventures) in Höhe von insgesamt 101 Mio Euro.
5 Basierend auf dem adjusted EBITDA des Geschäftsjahres 2021 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2022 abzüglich insbesondere des adjusted EBITDA der in 2021 entkonsolidierten Gesellschaften Amorelie, moebel.de, Gravitas Ventures in Höhe von insgesamt 17 Mio Euro.
6 Der Wert basiert auf den portfoliobereinigten Umsatzerlösen des Geschäftsjahres 2021 umgerechnet mit den aktuellen Plankursen (im Wesentlichen wurde ein US-Dollarkurs im Verhältnis zum Euro von 1,10 US-Dollar für das Geschäftsjahr 2022 zugrunde gelegt). Portfoliobereinigt wurden insbesondere die Umsatzerlöse der in 2021 entkonsolidierten Gesellschaften Amorelie, moebel.de, und Gravitas Ventures in Höhe von insgesamt 101 Mio Euro sowie die Umsatzerlöse der zum 1. Juli 2022 entkonsolidierten US-Produktionsgesellschaften der Red Arrow Studios im 2. Halbjahr 2021 in Höhe von 113 Mio Euro.
7 Der Wert basiert auf dem portfoliobereinigten adjusted EBITDA des Geschäftsjahres 2021 umgerechnet mit den aktuellen Plankursen (im Wesentlichen wurde ein US-Dollarkurs im Verhältnis zum Euro von 1,10 US-Dollar für das Geschäftsjahr 2022 zugrunde gelegt). Portfoliobereinigt wurde insbesondere das adjusted EBITDA der in 2021 entkonsolidierten Gesellschaften Amorelie, moebel.de und Gravitas Ventures in Höhe von insgesamt 17 Mio Euro sowie das adjusted EBITDA der zum 1. Juli 2022 entkonsolidierten US-Produktionsgesellschaften der Red Arrow Studios im 2. Halbjahr 2021 in Höhe von minus 3 Mio Euro.
8 Aus Vergleichbarkeitsgründen korrigiert um die Veränderung der Investitionen für den Bau des neuen Campus am Standort Unterföhring.
9 Abhängig von der Geschäftsentwicklung und ohne Berücksichtigung eventueller Portfolioveränderungen.

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM ERWARTETEN GESCHÄFTSVERLAUF DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die Prognose für das Jahresergebnis des Geschäftsjahres 2022 ging von stabilen bis leicht steigenden Erträgen aus Ergebnisabführungen sowie reduzierten Dividendenerträgen aus. In Summe wurde dadurch sowohl ein Rückgang des Beteiligungsergebnisses als auch ein Rückgang des Jahresüberschusses im Vergleich zum Vorjahr erwartet. Ergebniseffekte aus der Bewertung von Beteiligungen waren in der Prognose nicht berücksichtigt, da diese nicht vorhersehbar sind. Darüber hinaus konnten Beeinträchtigungen des Geschäfts aufgrund negativer Auswirkungen des Russland-/Ukraine-Krieges auf die Kernmärkte des Konzerns zum Zeitpunkt der Aufstellung der Prognose Ende Februar 2022 noch nicht reflektiert werden.

Aufgrund der im Geschäftsjahr 2022 durch den Russland-/Ukraine-Krieg ausgelösten Energiekrise und der damit einhergehenden hohen Inflation verzeichnete das Beteiligungsergebnis einen deutlichen Rückgang. Darüber hinaus musste eine Wertberichtigung in Höhe von 430 Mio Euro der Beteiligung an der NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring, im Wesentlichen in Folge der steigenden Kundenzurückhaltung im E-Commerce-Bereich vorgenommen werden. In Summe erzielte die ProSiebenSat.1 Media SE einen Jahresfehlbetrag in Höhe von 123 Mio Euro (Vorjahr: Jahresüberschuss in Höhe 517 Mio Euro).

WESENTLICHE EREIGNISSE UND ÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS

Änderungen im Konsolidierungskreis

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Jahr 2022 ihr Entertainment-Angebot noch gezielter auf die deutschsprachige Region ausgerichtet und ihr Portfolio entsprechend weiterentwickelt. Vor diesem Hintergrund hat ProSiebenSat.1 den US-amerikanischen Teil des Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios an Peter Chernins The North Road Company, LLC („The North Road Company") verkauft. Die Transaktion wurde am 1. Juli 2022 und damit zu Beginn des dritten Quartals 2022 wirtschaftlich vollzogen. Dies betrifft die Firmen Kinetic Content, LLC („Kinetic Content"), Left/Right, LLC („Left/Right"), 44 Blue Studios, LLC („44 Blue Studios"), Half Yard Productions, LLC („Half Yard Productions") und Dorsey Pictures, LLC („Dorsey Pictures"). Die Verkaufsentscheidung reflektiert die strategische Ausrichtung unseres Entertainment-Geschäfts auf die Produktion von lokalen, relevanten Inhalten, die live oder on-demand über alle Plattformen in den Kernmärkten Deutschland, Österreich und Schweiz verbreitet werden. Für die Kreation und Produktion eigener Inhalte spielen unser deutschsprachiges Produktionsgeschäft sowie die Produktionsunternehmen CPL Productions Limited („CPL Productions"), Endor Productions Limited („Endor Productions"), Snowman Productions AB („Snowman Productions") und July August Communications and Productions Ltd. („July August") eine wichtige Rolle und leisten einen starken inhaltlichen Beitrag zu unserer Strategie. Daher verbleiben diese Unternehmen im Konzern, ebenso wie das Vertriebsgeschäft Red Arrow Studios International. Mit der Gründung der deutschen Produktionsfirmen Flat White Productions am 15. Dezember 2021 und Cheerio Entertainment am 2. Februar 2022 stärkt die ProSiebenSat.1 Group gleichzeitig ihre deutschsprachigen Produktionsaktivitäten in den Bereichen Factual Entertainment und Unterhaltung und ergänzt damit das deutschsprachige Portfolio um Redseven Entertainment und Pyjama Pictures. In diesem Zuge wurde Red Arrow Studios in Seven.One Studios umbenannt, unter deren Dach seit November 2022 alle acht Produktionsfirmen sowie der weltweite Programmvertrieb gebündelt werden.

Gleichzeitig baut ProSiebenSat.1 das digitale Entertainment-Portfolio weiter aus: Mit Vertrag vom 13. September 2022 und wirtschaftlicher Wirkung zum 31. Oktober 2022 hat die ProSiebenSat.1 Media SE die ausstehenden 50 Prozent der Anteile an Joyn von Discovery Communications Europe Limited („Discovery") übernommen. Damit überführt der Konzern die Streaming-Plattform als hundertprozentige Tochtergesellschaft in sein Entertainment-Segment und schreibt seine digitale Transformation fort. Joyn bildet seither den Grundstein unseres digitalen Ökosystems und wir wollen Joyn zur größten, frei zugänglichen Streaming-Plattform für Premium-Videoinhalte im deutschsprachigen Raum entwickeln. Mit Joyn geht ProSiebenSat.1 neue Wege in der interaktiven Zuschaueransprache, dem digitalen Reichweitenausbau und dem Community-Building. Zugleich integrieren wir den Single-Sign-On-Registrierservice 7Pass, um über datenbasierte Angebote Nutzer:innen sehr zielgerichtet zu adressieren.

Beschlüsse der Hauptversammlung 2022 und personelle Veränderungen in der Besetzung des Aufsichtsrats

Im Rahmen der Hauptversammlung am 5. Mai 2022 wurde Dr. Andreas Wiele als Aufsichtsrat von ProSiebenSat.1 bestätigt, gleichzeitig folgt er auf Dr. Werner Brandt als Vorsitzender des Gremiums. Dieser hatte nach acht Jahren als Aufsichtsratsvorsitzender und zwei Wahlperioden nicht erneut kandidiert. Dr. Andreas Wiele war 20 Jahre Vorstandsmitglied der Axel Springer SE („Axel Springer"). Seit seinem Ausscheiden im Jahr 2020 ist er als Unternehmensgründer tätig und unter anderem

General Partner bei Giano Capital Management S.à r.l. („Giano Capital Management"). Neu in den Aufsichtsrat wurde Bert Habets gewählt. Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher wurde in seinem Mandat bestätigt. Neben der Wahl der Aufsichtsratsmitglieder haben die Aktionär:innen bei der Hauptversammlung eine Dividende von 0,80 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie beschlossen. Dies entspricht einer Erhöhung um 63 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (Vorjahr: 0,49 Euro). Die Dividende wurde am 10. Mai 2022 ausgezahlt. Auch allen anderen zustimmungspflichtigen Tagesordnungspunkten haben die Aktionär:innen mehrheitlich zugestimmt.

Personelle Veränderungen im Vorstand

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat am 3. Oktober 2022 einen Wechsel im Vorstandsvorsitz des Unternehmens beschlossen: Bert Habets hat zum 1. November 2022 den Vorstandsvorsitz (Group CEO) der ProSiebenSat.1 Media SE übernommen. Bereits seit Mai 2022 war er bei ProSiebenSat.1 als Aufsichtsratsmitglied engagiert. Der gebürtige Niederländer verfügt über fundierte Erfahrungen in der Führung globaler Medienunternehmen sowie über umfassendes Know-how bei der Einführung und dem Ausbau von Video-Streaming-Diensten. Rainer Beaujean, bisher Vorstandsvorsitzender von ProSiebenSat.1, hat sein Amt am 3. Oktober 2022 mit sofortiger Wirkung in gegenseitigem Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat niedergelegt und ist zum 31. Oktober 2022 aus dem Unternehmen ausgeschieden.

Der durch den Wechsel von Bert Habets vom Aufsichtsrat in den Konzernvorstand vakant gewordene Sitz im Aufsichtsrat soll spätestens im Zuge der nächsten ordentlichen Hauptversammlung von ProSiebenSat.1 neu besetzt werden.

Nicht zahlungswirksame Wertminderungen auf Vermögenswerte im Segment Commerce & Ventures

Der Russland-/Ukraine-Krieg und seine Folgen haben die Konjunktur in der DACH-Region im dritten Quartal 2022 im Vergleich zum ersten Halbjahr 2022 zunehmend belastet. Die prognostizierte anhaltend hohe Inflation, die Energiepreiskrise und die sich daraus ergebende Konsumzurückhaltung beeinträchtigen auch die Wachstumsaussichten des Commerce & Ventures-Segments des Konzerns, da ein Großteil dieser Geschäfte aufgrund ihres Fokus auf Endverbraucher:innen unmittelbar von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung abhängig ist. Zusätzlich hat sich die Anwendbarkeit des Zahlungsdiensteaufsichtsgesetzes („ZAG") auf bestimmte Gutscheine in der Jochen Schweizer mydays-Gruppe sowie die daraus resultierenden Änderungen im Produktangebot einschließlich ihrer Auswirkungen auf die geplanten Zahlungsmittelzuflüsse ausgewirkt. Vor diesem Hintergrund wurde im dritten Quartal 2022 eine nicht zahlungswirksame Wertminderung auf Vermögenswerte, insbesondere Geschäfts- oder Firmenwerte, der im Commerce & Ventures-Segment berichteten zahlungsmittelgenerierenden Einheit NuCom Group in Höhe von 124 Mio Euro vorgenommen. Darüber hinaus wurde in Bezug auf die Jochen Schweizer mydays-Gruppe die rückwirkende Anwendung der angepassten Rechnungslegungsmethode auf die Buchwerte berücksichtigt. Die Wertminderung fiel insoweit geringer aus als die in der Quartalsmitteilung für das dritte Quartal 2022 berichteten 312 Mio Euro.

Im vierten Quartal 2022 ergab sich eine weitere nicht zahlungswirksame Wertminderung auf die Geschäfts- oder Firmenwerte der zahlungsmittelgenerierenden Einheit NuCom Group in Höhe von 43 Mio Euro, hauptsächlich in Folge von gestiegenen Kapitalkosten sowie erhöhter Buchwerte.

Finanzmanagement

Wichtiger Teil unserer Strategie ist ein aktives Finanzmanagement. So hat die ProSiebenSat.1 Group bereits im Mai 2022 die Laufzeiten für ihr endfälliges Darlehen (Term Loan) und ihre revolvierende

Kreditfazilität (RCF) verlängert: Im Rahmen des bestehenden Senior Facilities Agreement wurde ein Term Loan in Höhe von 800 Mio Euro bis April 2027 sowie ein Term Loan in Höhe von 400 Mio Euro bis April 2025 verlängert, welcher unter bestimmten Bedingungen ebenfalls bis April 2027 verlängert werden kann. Die RCF wurde in Höhe von 500 Mio Euro (zuvor 750 Mio Euro) bis April 2027 verlängert. Dies reflektiert den geringeren Finanzierungsbedarf aufgrund des konsequenten Cashflow-Managements. Zuvor verfügte ProSiebenSat.1 über einen Term Loan mit einem Nominalvolumen von insgesamt 1.200 Mio Euro und eine RCF mit einem Rahmenvolumen von 750 Mio Euro. Die überwiegenden Teile dieser Kreditlinien hatten zuvor eine Laufzeit bis April 2024.

Zudem hat die ProSiebenSat.1 Media SE im Dezember 2022 aus vorhandenen liquiden Mitteln einen Teil ihrer Schuldscheindarlehen in Höhe von insgesamt 275 Mio Euro vorzeitig zurückgeführt und damit ihre Brutto-Finanzverschuldung weiter reduziert. Die Darlehen waren ursprünglich im Dezember 2023 fällig. Nach dieser Rückzahlung besteht für den Konzern keine Rückzahlungsverpflichtung bzw. Refinanzierungsnotwendigkeit von Finanzverbindlichkeiten vor dem Jahr 2025.

Die Transaktionen setzen Maßnahmen fort, die ProSiebenSat.1 bereits seit 2021 ergriffen hatte: Die vorzeitige Rückzahlung einer Anleihe, die Emission neuer Schuldscheindarlehen sowie die anschließende Rückzahlung eines Term Loans.

Wesentliche Ereignisse nach dem Abschlussstichtag

Ausführungen zum Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz („ZAG“)-Sachverhalt

Am 28. Februar 2023 hat die ProSiebenSat.1 Media SE im Rahmen einer Ad-hoc-Mitteilung bekannt gegeben, dass sie nach einem kurz zuvor erhaltenen Hinweis auf der Grundlage der Ergebnisse einer externen Prüfung davon ausgeht, dass die Geschäftstätigkeit ihrer beiden Tochtergesellschaften Jochen Schweizer GmbH („Jochen Schweizer“) und mydays GmbH („mydays“), die im Wesentlichen im Vertrieb von Gutscheinen besteht, in Teilen unter das Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz („ZAG”) fällt.

Jochen Schweizer und mydays haben daraufhin ihr Produktangebot am 13. / 14. März 2023 angepasst, um die in der Ad-hoc-Mitteilung genannten aufsichtsrechtlichen Bedenken auszuräumen. Mit Schreiben vom 6. April 2023 teilte die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht („BaFin") als zuständige Aufsichtsbehörde Jochen Schweizer und mydays mit, dass diese für das weitere Betreiben ihres zum 13. / 14. März 2023 angepassten Produktangebots keiner Erlaubnis der BaFin bedürfen.

Gleichzeitig hat die BaFin mitgeteilt, dass sie auf Grundlage ihrer gegenwärtigen Verwaltungspraxis davon ausgeht, dass Jochen Schweizer und mydays für die Ausgabe eines Teils der vor dem 13. / 14. März 2023 ausgegebenen Gutscheinprodukte einer Erlaubnis der BaFin nach dem ZAG bedurften. Jochen Schweizer und mydays stimmen derzeit die Modalitäten der Abwicklung der betroffenen Gutscheinprodukte mit der BaFin ab.

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat unverzüglich nach Veröffentlichung der Ad-hoc-Mitteilung die Durchführung einer unabhängigen internen Untersuchung durch eine externe Rechtsanwaltskanzlei veranlasst. Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE unterstützt diese Untersuchung vollumfänglich. Die Untersuchung dient der Aufklärung von etwaigem Fehlverhalten von Mitgliedern der Leitungsorgane und Mitarbeiter:innen im ProSiebenSat.1-Konzern, insbesondere im Hinblick auf Pflichten der betroffenen Gesellschaften nach dem ZAG.

Gleichzeitig hat die Staatsanwaltschaft München I einen Beobachtungsvorgang eingeleitet, wobei sie den Anfangsverdacht möglicher Straftaten prüft. Die ProSiebenSat.1 Media SE und deren betroffene Tochtergesellschaften kooperieren umfassend mit den zuständigen Behörden. Die

möglichen finanziellen Belastungen für den Konzern im Zusammenhang mit den behördlichen Untersuchungen sind derzeit noch nicht abschätzbar, könnten aber erheblich sein.

Die vorgenannten Umstände haben sich auf die laufenden Erstellungs- und Prüfungsarbeiten für den Jahres- und Konzernabschluss ausgewirkt, so dass die Bilanz-Pressekonferenz nicht wie geplant am 2. März 2023 stattfinden konnte. Als Folge der späteren Offenlegung des Jahres- und Konzernabschlusses musste auch der Termin für die ordentliche Hauptversammlung verschoben werden.

In diesem Zusammenhang hat die ProSiebenSat.1 Media SE die Rechnungslegung bei Jochen Schweizer und mydays rückwirkend angepasst.

Personelle Veränderung im Vorstand

Vorstandsmitglied & Finanzvorstand Ralf Peter Gierig ist am 27. April 2023 vor Beschlussfassung über die Aufstellung des Jahres- und Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2022 aus dem Unternehmen ausgeschieden.

GESAMTAUSSAGE DES VORSTANDS ZUM GESCHÄFTSVERLAUF DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die ProSiebenSat.1 Media SE schließt das Geschäftsjahr 2022 mit einem Jahresfehlbetrag in Höhe von 123 Mio Euro (Vorjahr: Jahresüberschuss in Höhe von 517 Mio Euro) ab. Das Beteiligungsergebnis (bestehend aus dem Saldo der Erträge und Aufwendungen aus Ergebnisabführungen zuzüglich Dividendenausschüttungen) in Höhe von 404 Mio Euro (Vorjahr: 747 Mio Euro) reduzierte sich insbesondere aufgrund der negativen wirtschaftlichen Entwicklung des Werbemarkts im Geschäftsjahr 2022. Im Beteiligungsergebnis des Vorjahrs ist eine Dividende in Höhe von 147 Mio Euro von der Tochtergesellschaft NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring, enthalten. Darüber hinaus musste im Geschäftsjahr 2022 eine Wertberichtigung des Beteiligungsbuchwerts der Tochtergesellschaft NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring, in Höhe von 430 Mio Euro im Wesentlichen wegen der steigenden Kundenzurückhaltung im E-Commerce-Bereich aufgrund der durch den Russland/Ukraine-Krieg ausgelösten Energiekrise und der damit einhergehenden hohen Inflation vorgenommen werden. Unter Berücksichtigung eines um 114 Mio Euro reduzierten Steueraufwands ergab sich ein Jahresfehlbetrag in Höhe von 123 Mio Euro (Vorjahr: Jahresüberschuss in Höhe von 517 Mio Euro). Das Eigenkapital verringerte sich um 303 Mio Euro auf 3.186 Mio Euro. Die Eigenkapitalquote verringerte sich leicht auf 39 Prozent (Vorjahr: 40 %).



GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG NACH HGB (KURZFASSUNG)
in Mio Euro

	2022	2021
Umsatzerlöse	123	114
Sonstige betriebliche Erträge	102	73
Programm- und Materialaufwand	53	50
Personalaufwand	63	56
Abschreibungen	9	8
Sonstige betriebliche Aufwendungen	124	101
Betriebsaufwendungen	249	215
Beteiligungsergebnis	404	747
Finanzergebnis	−451	−35
Steuern	53	167
Ergebnis nach Steuern	**−123**	**517**
Sonstige Steuern	0	0
Jahresfehlbetrag/-überschuss	**−123**	**517**

Die Umsatzerlöse der ProSiebenSat.1 Media SE erhöhten sich im Geschäftsjahr 2022 um 9 Mio Euro auf 123 Mio Euro. Konzerninterne Umsatzerlöse (bestehend aus Dienstleistungen für Verwaltung und Vermietung sowie sonstige Umsätze) erhöhten sich insbesondere durch die Aufnahme der Joyn GmbH, München, in den Konzernverbund um 7 Mio Euro auf 84 Mio Euro. Konzernexterne Erlöse aus dem Verkauf von Programmvermögen und -nebenrechten stiegen um 2 Mio Euro auf 27 Mio Euro an. Sonstige Umsatzerlöse mit konzernexternen Gesellschaften blieben konstant.

Die sonstigen betrieblichen Erträge sind gegenüber dem Vorjahr um 29 Mio Euro auf 102 Mio Euro gestiegen. Ursache hierfür waren insbesondere um 21 Mio Euro höhere Erträge aus Währungsumrechnung sowie um 6 Mio Euro gestiegene konzerninterne Kostenweiterbelastungen.

Die Betriebsaufwendungen beliefen sich auf 249 Mio Euro (Vorjahr: 215 Mio Euro). Während der Programm- und Materialaufwand mit 53 Mio Euro nahezu konstant blieb, erhöhte sich der Personalaufwand insbesondere aufgrund deutlich gestiegener Aufwendungen für Abfindungen auf Vorstandsebene um insgesamt 7 Mio Euro auf 63 Mio Euro. Vom Personalaufwand entfallen 36 Mio Euro (Vorjahr: 31 Mio Euro) auf die Mitarbeiter:innen inklusive Vorstände der strategischen Holding. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen um 23 Mio Euro auf 124 Mio Euro. Ursächlich hierfür waren Aufwendungen für gebildete Drohverlustrückstellungen in Höhe von 16 Mio Euro für Finanzinstrumente zur Absicherung von Fremdwährungsrisiken, die nicht die Voraussetzungen für eine Bewertungseinheit erfüllten, sowie um 7 Mio Euro gestiegene Rechts- und Beratungsaufwendungen im Zuge der Veräußerung der US-Produktionsfirmen. Die ProSiebenSat.1 Media SE hat langfristige Mietverträge für am Standort Unterföhring genutzte Immobilien abgeschlossen, die als operatives Leasing eingeordnet werden. Die Mietaufwendungen inklusive Nebenkosten beliefen sich im Geschäftsjahr 2022 auf 20 Mio Euro (Vorjahr: 20 Mio Euro).

Das Beteiligungsergebnis als Saldo der Erträge aus Gewinnabführungsverträgen und Beteiligungserträgen abzüglich der Aufwendungen aus Verlustübernahmen belief sich auf 404 Mio Euro (Vorjahr: 747 Mio Euro). Dem nahezu ausschließlich von der Seven.One Entertainment Group GmbH stammenden Ertrag aus Gewinnabführung in Höhe von 432 Mio Euro (Vorjahr: 611 Mio Euro), dessen Rückgang insbesondere aus der im Jahresverlauf schwächeren Entwicklung des

Werbemarkts aufgrund der Auswirkungen des Russland-/Ukraine-Krieges resultierte, standen Aufwendungen aus Verlustübernahme in Höhe von insgesamt 28 Mio Euro (Vorjahr: 12 Mio Euro) mit der Seven.One Studios GmbH, Unterföhring, (vormals: Red Arrow Studios GmbH, Unterföhring) und der ProSiebenSat.1 Digital Data GmbH, Unterföhring, gegenüber. Im Vorjahr wurde darüber hinaus eine Dividende in Höhe von 147 Mio Euro von der Tochtergesellschaft NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring, vereinnahmt.

Das Finanzergebnis als Saldo der Zinserträge und Zinsaufwendungen sowie der Abschreibungen auf Finanzanlagen verschlechterte sich im Geschäftsjahr 2022 um 416 Mio Euro auf minus 451 Mio Euro (Vorjahr: -35 Mio Euro). Ursächlich hierfür war die teilweise Abschreibung auf den Beteiligungsbuchwert der Tochtergesellschaft NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring, in Höhe von 430 Mio Euro in Folge der steigenden Kundenzurückhaltung im E-Commerce-Bereich aufgrund der durch den Russland/Ukraine-Krieg ausgelösten Energiekrise und der damit einhergehenden hohen Inflation. Einen gegenläufigen Effekt hatte der Verkauf von Zinsoptionen und die vorzeitige Tilgung von Schuldscheindarlehen, die insgesamt zu Erträgen in Höhe von 19 Mio Euro führten.

Aus den beschriebenen Entwicklungen resultiert für das Geschäftsjahr 2022 ein Jahresfehlbetrag in Höhe von 123 Mio Euro. Dies entspricht einem Rückgang gegenüber dem Vorjahr um 640 Mio Euro.

VERMÖGENS-, FINANZ- UND LIQUIDITÄTSLAGE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

BILANZ NACH HGB (KURZFASSUNG)

in Mio Euro

	31.12.2022	31.12.2021
Aktiva		
Immaterielle Vermögensgegenstände	1	2
Sachanlagen	93	75
Finanzanlagen	6.995	7.396
Anlagevermögen	**7.089**	**7.473**
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	681	883
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	357	297
Umlaufvermögen	**1.038**	**1.180**
Rechnungsabgrenzungsposten	5	5
Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung	0	0
Bilanzsumme	**8.132**	**8.658**
Passiva		
Eigenkapital	3.186	3.489
Rückstellungen	136	218
Verbindlichkeiten	4.783	4.950
Passive latente Steuern	26	0
Bilanzsumme	**8.132**	**8.658**

VERMÖGENSLAGE

Die Bilanzsumme der ProSiebenSat.1 Media SE verringerte sich zum 31. Dezember 2022 um 6 Prozent oder 526 Mio Euro auf 8.132 Mio Euro.

Das Anlagevermögen verzeichnete im Vergleich zum Vorjahresstichtag einen Rückgang um 5 Prozent bzw. 384 Mio Euro auf 7.089 Mio Euro. Dieser Rückgang ist insbesondere auf eine Abschreibung auf den Beteiligungsbuchwert der Tochtergesellschaft NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring, in Höhe von 430 Mio Euro im Wesentlichen wegen der steigenden Kundenzurückhaltung im E-Commerce-Bereich aufgrund der durch den Russland/Ukraine-Krieg ausgelösten Energiekrise und der damit einhergehenden hohen Inflation zurückzuführen.

Das Umlaufvermögen verringerte sich um 12 Prozent bzw. 142 Mio Euro auf 1.038 Mio Euro. Zum einen erhöhten sich die Bankguthaben um 60 Mio Euro auf 357 Mio Euro und die Forderungen aus Steuern um 39 Mio Euro auf 54 Mio Euro. Darüber hinaus stiegen die sonstigen Vermögensgegenstände aufgrund erworbener Zinsoptionen um 21 Mio Euro an. Zum anderen verringerten sich die konzerninternen Forderungen insbesondere durch gesunkene Forderungen aus Ergebnisabführung um 221 Mio Euro und die geleisteten Anzahlungen für Programmvermögen um 40 Mio Euro auf 28 Mio Euro. Eine weitere wesentliche Position im Umlaufvermögen stellen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 27 Mio Euro (Vorjahr: 29 Mio Euro) dar.

Die ProSiebenSat.1 Media SE schließt einen wesentlichen Teil ihrer Lizenzverträge mit Produktionsstudios in den USA ab. Die finanziellen Verpflichtungen aus diesen Programmrechteerwerben erfüllt die ProSiebenSat.1 Media SE in der Regel in US-Dollar. Um sich gegen marktbedingte Wechselkuränderungen abzusichern, setzt die Gesellschaft derivative und originäre Finanzinstrumente in Form von Devisentermingeschäfte, Devisenswaps, Devisenoptionen und Währungsbestände (Devisenkassaposition) ein. Zum 31. Dezember 2022 lag die Sicherungsquote bei 57 Prozent (Vorjahr: 76 %) bezogen auf das Gesamtvolumen aller zukünftigen US-Dollar-Zahlungen, die aus bestehenden Lizenzverträgen resultieren und die im Rahmen der implementierten Absicherungsstrategie innerhalb eines Zeitraums von sieben Jahren fällig werden.

Das Eigenkapital der ProSiebenSat.1 Media SE verzeichnete zum 31. Dezember 2022 einen Rückgang um 9 Prozent oder 303 Mio Euro auf 3.186 Mio Euro. Die Eigenkapitalquote betrug damit 39 Prozent (Vorjahr: 40%). Im Geschäftsjahr 2022 wurde eine Dividende in Höhe von 181 Mio Euro aus dem Bilanzgewinn zum 31. Dezember 2021 ausgeschüttet. Darüber hinaus wurde ein Betrag in Höhe von 400 Mio Euro aus dem Bilanzgewinn zum 31. Dezember 2021 in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt.

Die Rückstellungen verringerten sich um 82 Mio Euro auf 136 Mio Euro. Ursächlich hierfür waren sowohl der Rückgang der Steuerrückstellungen um 59 Mio Euro auf 51 Mio Euro als auch der Verbrauch der Drohverlustrückstellungen für den zukünftigen Erwerb von Programmvermögen im Geschäftsjahr 2022.

Mit 4.783 Mio Euro lagen die Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2022 um 167 Mio Euro unter dem Vorjahresniveau von 4.950 Mio Euro. Der Rückgang resultierte insbesondere aus der vorzeitigen Tilgung von Schuldscheindarlehen am 1. Dezember 2022 in Höhe von 275 Mio Euro sowie der planmäßigen Tilgung eines kurzfristigen Darlehens in Höhe 50 Mio Euro. Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen stiegen um 139 Mio Euro aufgrund neu abgeschlossener konzerninterner Cash-Pooling-Verträgen. Einen leichten Anstieg um 11 Mio Euro verzeichneten darüber hinaus die Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung im Bereich Programmvermögen.

Zum 31. Dezember 2022 wurden darüber hinaus passive latente Steuern in Höhe von 26 Mio Euro (Vorjahr: keine) erfasst.

FINANZ- UND LIQUIDITÄTSLAGE

Das Cash Management des ProSiebenSat.1 Konzerns wird zentral in der ProSiebenSat.1 Media SE vorgenommen, die konzernweiten Zahlungsmittelströme fließen durch das implementierte Cash-Pooling-System zum überwiegenden Teil in der ProSiebenSat.1 Media SE als Dachgesellschaft zusammen. Insofern beeinflussen die Cashflows des gesamten ProSiebenSat.1-Konzerns die Liquidität der ProSiebenSat.1 Media SE in sehr hohem Maße. Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat sich der Saldo aus Cash-Pool Forderungen und Cash-Pool Verbindlichkeiten um 137 Mio Euro verschlechtert. Ursächlich hierfür war im Wesentlichen die Aufnahme weiterer Gesellschaften mit positiven Bankguthaben in das Cash-Pooling im Laufe des Geschäftsjahres.

Die ProSiebenSat.1 Media SE verfügt über verschiedene Finanzierungsinstrumente und verfolgt ein aktives Finanzmanagement. In der Berichtsperiode hat die Gesellschaft daher die günstigen Bedingungen am Fremdkapitalmarkt genutzt, um sich attraktive Zinssätze zu sichern und das Fälligkeitsprofil weiter zu verlängern sowie zu diversifizieren.

Die Laufzeiten und Volumina der langfristigen Finanzierungsinstrumente stellen sich im Einzelnen wie folgt dar:

– Zum 31. Dezember 2022 verfügt die ProSiebenSat.1 Media SE über eine syndizierte Konsortialkreditvereinbarung, bestehend aus zwei endfälligen Darlehen (Term Loans) und einer revolvierenden Kreditfazilität (RCF). Die Kreditvereinbarung wurde im Mai 2022 verlängert und umfasst nun einen Term Loan in Höhe von 800 Mio Euro und einen RCF in Höhe von 500 Mio. Euro (Vorjahr: 750 Mio Euro) mit Laufzeiten bis April 2027, sowie einen weiteren Term Loan in Höhe von 400 Mio. Euro und einer Laufzeit bis April 2025 (mit Verlängerungsoptionen für insgesamt bis zu zwei weiteren Jahren). Darüber hinaus standen der ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember 2022 im Jahr 2021 emittierte Schuldscheindarlehen in Höhe von 700 Mio Euro mit Fälligkeiten in 2025, 2027, 2029 und 2031 und jeweiligen Teilbeträgen in Höhe von 226 Mio Euro, 346 Mio Euro, 80 Mio Euro und 48 Mio Euro zur Verfügung. Ebenso verfügt die ProSiebenSat.1 Media SE noch über ein Schuldscheindarlehen aus 2016 mit einer Laufzeit bis 2026 (über 225 Mio Euro).
– Im Dezember 2022 hat die ProSiebenSat.1 Media SE im Jahr 2016 aufgenommene Schuldscheindarlehen in Höhe von 275 Mio Euro vorzeitig aus liquiden Mitteln zurückgezahlt. Die Darlehen waren ursprünglich im Dezember 2023 fällig (225 Mio Euro festverzinslich und 50 Mio Euro variabel verzinslich). Daneben hat die ProSiebenSat.1 Media SE ein kurzfristiges Geldmarktdarlehen in Höhe von 50 Mio Euro zum regulären Laufzeitende im Oktober 2022 zurückgeführt.

Die Finanzierungsinstrumente des Konzerns unterliegen nicht der Einhaltung von Finanzkennzahlen. Die Verzinsung des syndizierten endfälligen Darlehens (Term Loan) sowie der syndizierten revolvierenden Kreditfazilität erfolgt variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge, wobei der Vertrag eine Untergrenze für den Basiszins bei 0 Prozent vorsieht. Um sich gegen marktbedingte Zinssatzveränderungen abzusichern, setzt der Konzern derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionen ein. Zum 31. Dezember 2022 lag der Festzinsanteil bei 86 Prozent (Vorjahr: 100 %) bezogen auf das gesamte langfristige Finanzierungsportfolio. Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinscaps belief sich zum 31. Dezember 2022 auf 1,5 Prozent per annum für den Zeitraum bis 2027.

Die im Oktober 2021 platzierte Schuldscheindarlehensemission teilt sich in vier festverzinsliche und drei variabel verzinsliche Tranchen auf, wobei die festverzinslichen Tranchen in Summe rund 403 Mio Euro (durchschnittlich gewichtete Laufzeit: rund 6,1 Jahre) und die variabel verzinslichen Tranchen in Summe rund 297 Mio Euro betragen. Die volumengewichtete Laufzeit über alle Tranchen beträgt 5,9 Jahre. Die Verzinsung der drei variabel verzinslichen Tranchen erfolgt zu

Euribor-Geldmarktkonditionen mit einem Floor von null Prozent und einem Aufschlag von volumengewichtet rund 0,85 Prozent pro Jahr.

Die ProSiebenSat.1 Media SE fungiert für die Konzernunternehmen, insbesondere für die deutschen Sender, als Einkaufskommissionär für das Programmvermögen. Im Geschäftsjahr 2022 flossen 319 Mio Euro (Vorjahr: 509 Mio Euro) für Investitionen in das Programmvermögen (inklusive geleisteter Anzahlungen) ab. Der Zufluss aus der internen Weitergabe von Programmvermögen zum Zeitpunkt des Lizenzbeginns an Konzerngesellschaften betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 331 Mio Euro (Vorjahr: 373 Mio Euro). Die gesamten künftigen finanziellen Verpflichtungen aus bereits abgeschlossenen Programmeinkaufsverträgen erhöhten sich zum 31. Dezember 2022 auf 1.018 Mio Euro (Vorjahr: 972 Mio Euro).

Die Zahlungsmittelabflüsse für Investitionen in das Sachanlagevermögen auf Ebene der ProSiebenSat.1 Media SE betrugen im Berichtsjahr – ebenso wie im Vorjahr - 26 Mio Euro.

Für Einzahlungen in die Kapitalrücklagen bei unmittelbaren Tochterunternehmen flossen im Geschäftsjahr 2022 13 Mio Euro (Vorjahr: 40 Mio Euro) ab.

Darüber hinaus bestehen konzerninterne Verpflichtungen aus Finanzierungszusagen gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 196 Mio Euro (Vorjahr: 229 Mio Euro), deren Inanspruchnahme hinsichtlich Höhe und Zeitpunkt allerdings nicht vorhersehbar ist.

Die ProSiebenSat.1 Media SE war und ist jederzeit in der Lage, ihre eigenen Zahlungsverpflichtungen zu erfüllen.

Weitere Informationen zur Bilanz und zur Gewinn- und Verlustrechnung sind dem Anhang zum Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE zu entnehmen.

GRUNDSÄTZE UND ZIELE DES FINANZMANAGEMENTS



Das konzernweite Finanzmanagement erfolgt zentral durch den Holding-Bereich Treasury. Die Kernziele des Finanzmanagements beinhalten:

– die Sicherung der finanziellen Flexibilität und Stabilität, d.h. Erhaltung und Optimierung der Finanzierungsfähigkeit des Konzerns,
– die Sicherstellung der konzernweiten Zahlungsfähigkeit durch eine gruppenweit effiziente Steuerung der Liquidität,
– die Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken durch den Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten.

Das gruppenweite Finanzmanagement umfasst das Kapitalstrukturmanagement bzw. die Konzernfinanzierung, das Cash- und Liquiditätsmanagement, das Management von Marktpreisrisiken sowie von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken. Darunter fallen folgende Aufgaben:

– Kapitalstrukturmanagement: Die Steuerung des Verschuldungsgrades nimmt für das Kapitalstrukturmanagement sowie die nun angepasste Dividendenpolitik der ProSiebenSat.1 Group einen besonderen Stellenwert ein. Der Konzern berücksichtigt bei der Auswahl geeigneter Finanzierungsinstrumente Faktoren wie Marktaufnahmefähigkeit, Refinanzierungsbedingungen, Flexibilität bzw. Auflagen, Investorendiversifikation und Laufzeit- bzw. Fälligkeitsprofile. Finanzierungsmittel im Konzern werden zentral gesteuert.

– Cash- und Liquiditätsmanagement: Im Rahmen des Cash- und Liquiditätsmanagements optimiert und zentralisiert das Unternehmen Zahlungsströme und stellt die konzernweite Liquidität sicher. Ein wichtiges Instrument ist dabei das Cash-Pooling-Verfahren, wodurch ein Großteil der konzernweiten liquiden Mittel in der ProSiebenSat.1 Media SE zentralisiert wird. Mithilfe einer rollierenden konzernweiten Liquiditätsplanung erfasst bzw. prognostiziert die ProSiebenSat.1 Group die Cashflows aus operativen sowie nicht operativen Geschäften. Hieraus leitet das Unternehmen Liquiditätsüberschüsse oder -bedarfe ab. Liquiditätsbedarfe werden über die bestehenden Cash-Positionen oder die revolvierende Kreditfazilität (RCF) abgedeckt.

– Management von Marktpreisrisiken: Das Management von Marktpreisrisiken umfasst das zentral gesteuerte Zins- und Währungsmanagement. Neben Kassageschäften kommen auch derivative Finanzinstrumente in Form bedingter und unbedingter Termingeschäfte zum Einsatz. Diese Instrumente werden zu Sicherungszwecken eingesetzt und dienen dazu, die Auswirkungen von Zins- und Währungsschwankungen auf das Konzernergebnis und den Cashflow zu begrenzen.

– Management von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken: Im Mittelpunkt des Managements von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken stehen Handelsbeziehungen und Gläubigerpositionen gegenüber Finanzinstituten. Bei Handelsgeschäften achtet die ProSiebenSat.1 Group auf eine möglichst breite Streuung der Volumina mit Kontrahenten ausreichend guter Bonität. Hierzu werden unter anderem externe Ratings der internationalen Agenturen herangezogen. Risiken gegenüber Finanzinstituten entstehen vor allem durch die Anlage liquider Mittel und den Abschluss von derivativen Finanzinstrumenten im Rahmen des Zins- und Währungsmanagements.

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

GESAMTAUSSAGE AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG: RISIKO- UND CHANCENLAGE

Die fortschreitende Digitalisierung eröffnet neue Wachstumsmärkte für die ProSiebenSat.1 Group. So wird etwa die Mediennutzung immer vielfältiger, Bewegtbild wird unabhängig von Ort, Zeit und Gerät konsumiert und die Möglichkeiten, Werbung zielgruppengenau zu adressieren, zunehmend flexibler. Um diesen Wandel aktiv zu gestalten und in Wachstumspotenziale zu übersetzen, haben wir 2022 insbesondere in die Digitalisierung unserer Angebote im Bereich TV und Werbung investiert. Dabei wollen wir uns durch den verstärkten Fokus auf lokale, relevante und Live-Programme von globalen Streaming-Anbietern klar differenzieren und unsere Reichweite insbesondere bei jungen Zielgruppen stärken. Wir bewerten unsere Chancensituation als unverändert, wobei diese stark von der weiteren makroökonomischen Entwicklung abhängt.

Gleichzeitig birgt die Digitalisierung auch Risiken. Ebenso wichtig wie das Erkennen und Nutzen von Chancen ist für unser Unternehmen daher die Identifizierung und Steuerung potenzieller Risiken. Nach unserer Einschätzung sind zum Ende des Geschäftsjahres keine Risiken erkennbar, die zu einer maßgeblichen Beeinträchtigung unserer Geschäftsentwicklung führen könnten. Das Gesamtrisiko des Konzerns hat sich angesichts der makroökonomischen Eintrübung dennoch im Jahresverlauf 2022 erhöht: Die Konsumbereitschaft, insbesondere in der DACH-Region, war infolge des Russland-/Ukraine-Krieges und seiner Folgen wie der Energiepreiskrise stark beeinträchtigt. Auch 2023 bleibt die Unsicherheit bei den Verbraucher:innen hoch.

RISIKOBERICHT

Als Holdingunternehmen ist die ProSiebenSat.1 Media SE selbst sowie über die von ihr direkt und indirekt gehaltenen operativen Beteiligungen mit breit gefächerter Geschäftstätigkeit verschiedensten Risiken ausgesetzt. Aufgrund der wahrgenommenen Holdingfunktion sind die Risiken und Chancen des Konzerns im Wesentlichen deckungsgleich mit den Risiken und Chancen der ProSiebenSat.1 Media SE.

PROZESSSTEUERUNG

Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über ein umfassendes Risikomanagementsystem, das alle Tätigkeiten, Produkte, Prozesse, Abteilungen, Beteiligungen und Tochtergesellschaften berücksichtigt, die nachteilige Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung unseres Unternehmens haben könnten. Der klassische Risikomanagementprozess ist dabei in vier Phasen strukturiert:

1. Identifikation: Grundlage ist die Identifikation der wesentlichen Risiken über einen Soll-Ist-Vergleich. Verantwortlich hierfür sind die dezentralen Risikomanager:innen. Sie orientieren sich an Frühwarnindikatoren, die für relevante Sachverhalte bzw. Kennzahlen definiert wurden. Ein wichtiger Frühwarnindikator ist beispielsweise die Entwicklung der Zuschauermarktanteile.

2. Bewertung: Die Bewertung der relevanten konsolidierten Risiken erfolgt auf Basis einer Matrix. Dazu werden die Sachverhalte zum einen nach ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit auf einer Fünf-Stufen-Prozentskala kategorisiert. Zum anderen wird der Grad ihrer möglichen finanziellen Auswirkung beurteilt; die finanziellen Äquivalente gliedern sich ebenfalls in fünf Stufen. Mithilfe der Matrixdarstellung werden die Risikopotenziale nach ihrer relativen Bedeutung als „hoch“, „mittel“ oder „niedrig“ klassifiziert (Matrixdarstellung). Neben der Klassifizierung ist die Analyse von Ursachen und Wechselwirkungen Teil der Risikobeurteilung. Dabei fließen Maßnahmen zur Gegensteuerung bzw. Risikominimierung in die Bewertung ein (Netto-Betrachtung). Um ein möglichst präzises Bild der Risikolage zu erhalten, werden Chancen hingegen nicht berücksichtigt.

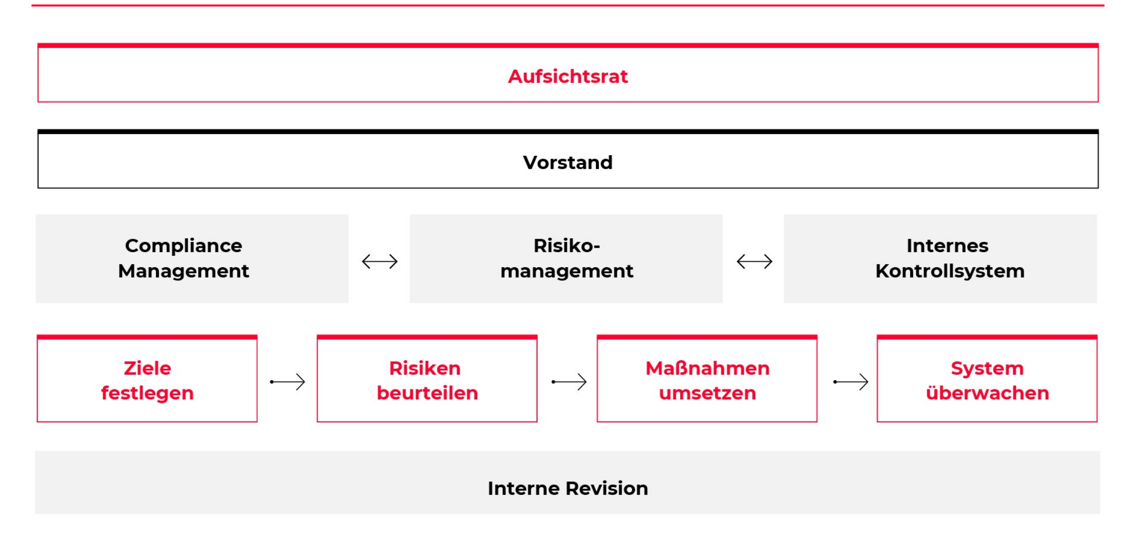
3. Steuerung: Über entsprechende Maßnahmen kann die ProSiebenSat.1 Group die Eintrittswahrscheinlichkeit von Verlustpotenzialen verringern und mögliche Einbußen begrenzen oder vermindern. Von großer Bedeutung für den sicheren Umgang mit Risiken ist daher, adäquate Gegenmaßnahmen zu ergreifen, sobald ein Indikator eine bestimmte Toleranzgrenze überschreitet.

4. Monitoring: Die Risikoüberwachung und Risikoberichterstattung komplettieren den Risikomanagementprozess. Ziel ist es, die Veränderungen zu überwachen und die Effektivität der ergriffenen Steuerungsmaßnahmen zu prüfen. Teil des Monitorings ist auch die Dokumentation; sie stellt sicher, dass alle entscheidungsrelevanten Hierarchieebenen über adäquate Risikoinformationen verfügen.

» **INFORMATION**

Risiko ist im vorliegenden Bericht als mögliche künftige Entwicklung bzw. mögliches künftiges Ereignis definiert, das unsere Geschäftslage wesentlich beeinflussen und zu einer negativen Ziel- bzw. Prognoseabweichung führen könnte. Damit fallen jene Risikoausprägungen, die wir bereits in unserer finanziellen Planung bzw. im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2022 berücksichtigt haben, nicht unter diese Definition und werden folglich in vorliegendem Risikobericht nicht erläutert.

RISIKOMANAGEMENTSYSTEM



Neben einem strukturierten Prozess sind klare Entscheidungsstrukturen, einheitliche Richtlinien und methodisches Vorgehen der verantwortlichen Instanzen Grundvoraussetzungen für den konzernweit sicheren Umgang mit Risiken. Zugleich müssen Abläufe und Organisationsstrukturen so flexibel gestaltet sein, dass die ProSiebenSat.1 Group jederzeit angemessen auf neue Situationen reagieren kann. Daher erfolgt die regelmäßige Klassifikation der Risiken dezentral und somit direkt in den verschiedenen Unternehmenseinheiten, wie nachfolgend beschrieben:

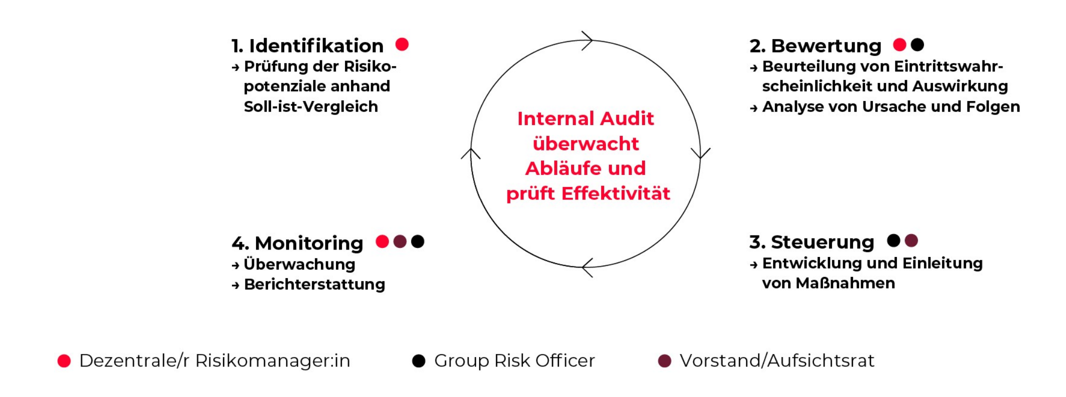
- **Dezentrale Risikomanager:innen:** Die dezentralen Risikomanager:innen erfassen die Risiken aus ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich nach der beschriebenen, konzernweit einheitlichen Systematik. Sie dokumentieren ihre Ergebnisse quartalsweise in einer IT-Datenbank.

- **Group Risk Officer:** Der Group Risk Officer berichtet die in der Datenbank gemeldeten relevanten Risiken quartalsweise an den Vorstand und den Aufsichtsrat. Kurzfristig auftretende relevante Risiken werden zudem unverzüglich gemeldet. Vorstand bzw. Aufsichtsrat erhalten auf diesem Weg frühzeitig und regelmäßig alle entscheidungsrelevanten Analysen und Daten, um angemessen reagieren zu können.

- Das **Group Risk Management** unterstützt die verschiedenen Unternehmensbereiche bei der Risikofrüherkennung. Durch Schulungen der dezentralen Risikomanager:innen und eine kontinuierliche Prüfung des Risikokonsolidierungskreises stellt das Ressort die Effektivität und Aktualität des Systems sicher. Darüber hinaus prüft der Bereich Internal Audit regelmäßig die Qualität und Ordnungsmäßigkeit des Risikomanagementsystems. Die Ergebnisse werden direkt an den Finanzvorstand des Konzerns berichtet, danach im Vorstand des Konzerns besprochen und auch dem Aufsichtsrat zur Kenntnis gegeben.

Die regelmäßige Prüfung des Risikomanagementsystems von Internal Audit und externen Beauftragten hat im Geschäftsjahr 2022 zu einem positiven Ergebnis geführt. Grundlage für die Prüfung ist die sogenannte Risikomanagement Rahmen-Richtlinie. Diese Rahmen-Richtlinie fasst unternehmensspezifische Grundsätze zusammen und reflektiert den international anerkannten Standard für unternehmensweites Risikomanagement und interne Kontrollsysteme des COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission).

RISIKOMANAGEMENTPROZESS IM ABLAUF



GESAMTRISIKOLAGE

Die Konsumbereitschaft in der DACH-Region war 2022 angesichts des Russland-/Ukraine-Krieges und den davon beeinflussten makroökonomischen Indikatoren wie Inflation, Energiepreise und Zinskosten stark beeinträchtigt. Diese hohe Unsicherheit bei den Verbraucher:innen prägte unsere Geschäftsentwicklung im Jahresverlauf deutlich, so dass die Umsatz- und Ergebnisentwicklung unter unserer ursprünglichen Jahresprognose blieb. Die makroökonomischen Belastungen haben auch unsere Risikobewertung verändert: Die Gesamtrisikolage der ProSiebenSat.1 Group ist zum 31. Dezember 2022 im Vergleich zum Vorjahresende gestiegen.

Im Risikobericht gehen wir von einer Netto-Betrachtung aus: Somit berichten wir hier nur jene Risiken, die nicht über die finanzielle Planung abgedeckt sind und nach risikomindernden Maßnahmen verbleiben. In unserer finanziellen Planung haben wir die zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Lageberichts vorliegenden Annahmen zur konjunkturellen Entwicklung berücksichtigt. Eine Verschärfung, insbesondere getrieben durch die geopolitische Lage, ist hier nicht reflektiert. Nach unserer Einschätzung sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage führen könnten. Die identifizierten Risiken haben keinen bestandsgefährdenden Charakter, auch nicht in die Zukunft gerichtet.

» **INFORMATION**

Risiken werden im Risikomanagement Prozess der ProSiebenSat.1 Group über einen Bottom-Up- und Top-Down-Ansatz berichtet und analysiert. Zur Beurteilung der Gesamtrisikolage klassifiziert die ProSiebenSat.1 Group zunächst alle Einzelrisiken im Rahmen des vierteljährlichen Bewertungsprozesses auf Basis einer fortlaufenden 12-monatigen Betrachtung, aggregiert sie und ordnet sie übergreifenden Risiken zu. Diese Risiken gewichtet die ProSiebenSat.1 Group bei der Bewertung der Gesamtrisikolage entsprechend ihrer Bedeutung für den Konzern. Die Einschätzung der Gesamtrisikosituation ist somit das Ergebnis der konsolidierten Betrachtung der Hauptrisikokategorien des Konzerns und seiner drei Segmente Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures. Zur Identifikation bestandsgefährdender Risiken wird diese Einschätzung durch die im Rahmen der langfristigen Unternehmensplanung bewerteten Risiken ergänzt. Die ProSiebenSat.1 Group unterteilt die Risiken auf Segment- und Konzernebene in die Kategorien Operative Risiken, Finanzwirtschaftliche Risiken, Compliance-Risiken, Strategische Risiken und Nichtfinanzielle Risiken.

Wir überwachen fortlaufend und systematisch alle im Rahmen des Risikomanagementprozesses erfassten Risiken. Dies sind nicht notwendigerweise die einzigen Risiken, denen der Konzern ausgesetzt ist. Weitere Risiken, die unsere Geschäftstätigkeit beeinflussen könnten, sind uns derzeit jedoch nicht bekannt oder wir betrachten sie im Kontext dieses Berichts als nicht relevant. Risiken mit einer niedrigen Bedeutung werden hier nicht berichtet

ENTWICKLUNG DER RISIKEN

Die ProSiebenSat.1 Group hat zum Ende des Geschäftsjahres 2022 ihre Schwellenwerte zur Risikoquantifizierung überarbeitet. Diese entsprechen so den aktuell gängigen Veröffentlichungspraktiken börsennotierter Unternehmen mit vergleichbarer Größe. Die finanziell möglichen Auswirkungen der definierten Risiken klassifizieren wir nun wie folgt:

ANPASSUNG DER SCHWELLENWERTE ZUR KLASSIFIZIERUNG DES AUSWIRKUNGSGRADES DER RISIKEN
in Mio Euro

Klassifizierung der Auswirkung	**Neue Stufen für den Auswirkungsgrad**	Bisherige Stufen für den Auswirkungsgrad
Wesentlich	> 50	> 20
Erheblich	> 25 - 50	> 10 - 20
Moderat	> 10 - 25	> 4 - 10
Gering	> 2,5 - 10	> 1 - 4
Sehr gering	≤ 2,5	≤ 1

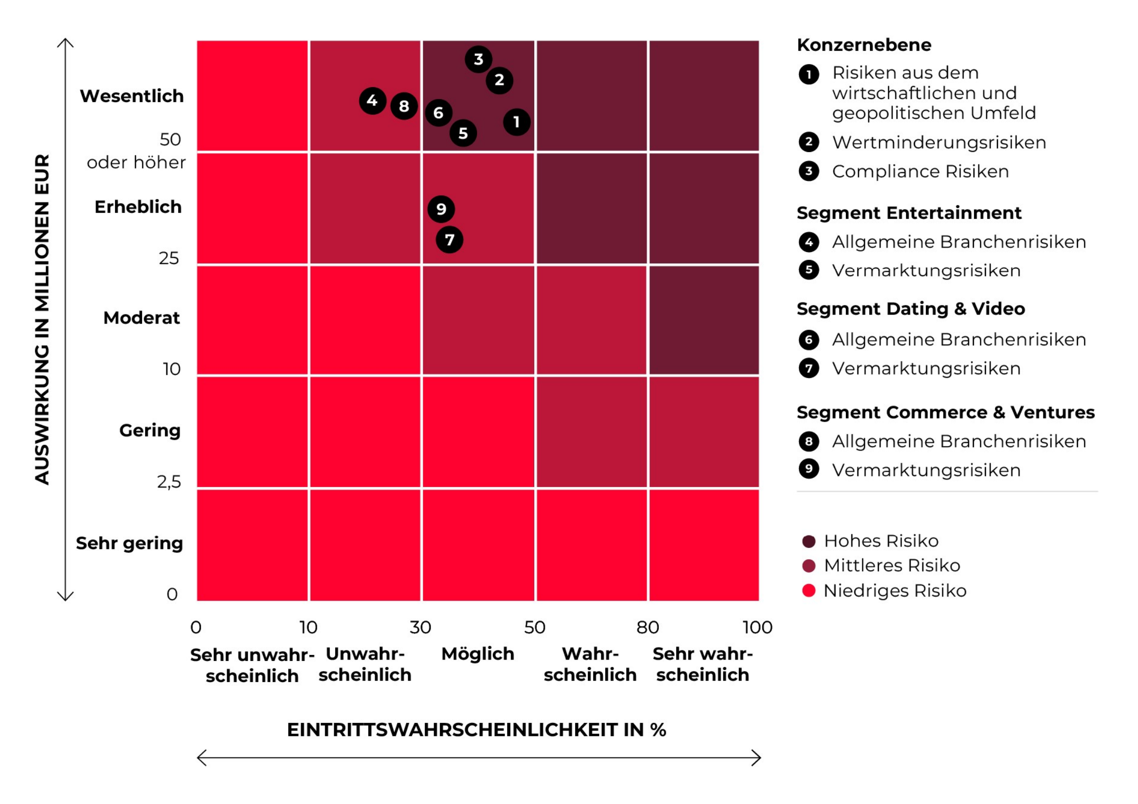
Einen Überblick über die relevanten Risiken zum 31. Dezember 2022 zeigt nachfolgende Tabelle:

ÜBERBLICK DER RELEVANTEN RISIKEN

	Kategorie	Risiken	Veränderung zum 31.12.2022 ggü. Vorjahresende[1]	Auswirkungs-grad	Eintritts-wahrscheinlichkeit	Risiko-bedeutung
Konzernebene	Operative Risiken	Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld[2]	Gestiegen	Wesentlich	Möglich	Hoch[3]
		Wertminderungs-risiken	Gestiegen	Wesentlich	Möglich	Hoch
	Compliance-Risiken	Compliance-Risiken	Gestiegen	Wesentlich	Möglich	Hoch
Segment Entertainment	Operative Risiken	Allgemeine Branchenrisiken	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
		Vermarktungs-risiken	Unverändert	Wesentlich	Möglich	Hoch
		Content-Risiken	Gesunken	Moderat	Unwahrscheinlich	Niedrig[4,5]
Segment Dating & Video	Operative Risiken	Allgemeine Branchenrisiken	Gestiegen	Wesentlich	Möglich	Hoch
		Vermarktungs-risiken	Gestiegen	Erheblich	Möglich	Mittel
Segment Commerce & Ventures	Operative Risiken	Allgemeine Branchenrisiken	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
		Vermarktungs-risiken	Gestiegen	Erheblich[6]	Möglich	Mittel[6]

1 Die ausgewiesene Veränderung zum Vorjahresende bezieht sich auf die Klassifizierung der Vorjahresrisiken unter Verwendung der aktualisierten Schwellenwerte für den Auswirkungsgrad. Eine Übersicht zu den aktualisierten Schwellenwerte zeigt die Tabelle „Anpassung der Schwellenwerte zur Klassifizierung des Auswirkungsgrades der Risiken“ im Kapitel „Risiko- und Chancenbericht“.
2 Makroökonomische Risiken werden seit dem Jahr 2022 fortlaufend unter dem neuen Risiko „Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld“ zusammengefasst.
3 Basierend auf den neuen Schwellenwerten wären die makroökonomischen Risiken im Lagebericht 2021 als mittleres Risiko (vormals: hoch) mit einer erheblichen Auswirkung (vormals: wesentlich) und einem möglichen Eintritt eingestuft worden.
4 Basierend auf den bisherigen und zum Geschäftsjahr 2021 gültigen Schwellenwerten würden die Content-Risiken des Segments Entertainment im Lagebericht 2022 als mittlere Risiken (neu: niedrig) mit einer erheblichen Auswirkung (neu: moderat) und einem unwahrscheinlichen Eintritt berichtet werden.
5 Basierend auf den neuen Schwellenwerten würden die Content-Risiken des Segments Entertainment im Lagebericht 2021 als mittleres Risiko mit einer erheblichen Auswirkung (vormals: wesentlich) und einem unwahrscheinlichen Eintritt eingestuft worden.
6 Basierend auf den neuen Schwellenwerten wären die Vermarktungsrisiken des Segments Commerce & Ventures im Lagebericht 2021 als insgesamt niedriges Risiko (vormals: mittel) mit einer moderaten Auswirkung (vormals: erheblich) und einem unwahrscheinlichen Eintritt bewertet worden.

RISIKOMATRIX



Grafik ist nicht maßstabsgetreu dargestellt. Im vorliegenden Lagebericht werden die relevanten Risiken mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung dargestellt; über Risiken mit potenziell sehr geringer, geringer oder moderater Auswirkung berichten wir hier nicht.

» **INFORMATION**

Im vorliegenden Lagebericht werden die relevanten Risiken mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung dargestellt; über Risiken mit potenziell sehr geringer, geringer oder moderater Auswirkung berichten wir hier nicht. Über Risiken mit einer insgesamt niedrigen Bedeutung wird hier ebenfalls nicht berichtet. Sollte sich ein Risiko mit derzeit sehr geringer, geringer oder moderater potenzieller Auswirkung jedoch zu einem Risiko mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung entwickeln, werden wir diese Veränderung in unseren künftigen Risikoberichten berücksichtigen. Wenn im Umkehrschluss Risiken, die wir derzeit mit erheblicher oder wesentlicher Auswirkung einstufen, auf eine sehr geringe, geringe oder moderate Auswirkung herabgestuft werden, werden solche Risiken in diesem Bericht nicht detailliert beschrieben – mit Ausnahme der Veränderung gegenüber der im Lagebericht 2021 veröffentlichten Risikosituation selbst. Wenn sich analog dazu ein Risiko mit einer insgesamt niedrigen Bedeutung zu einem Risiko mit einer insgesamt mittleren oder insgesamt hohen Bedeutung entwickelt, würde ein solches Risiko in unseren künftigen Risikoberichten berücksichtigt werden, sobald wir die Auswirkung des Risikos als erheblich oder wesentlich einschätzen. Entwickelt sich dagegen ein Risiko mit einer insgesamt hohen oder mittleren Bedeutung zu einem Risiko mit einer insgesamt niedrigen Bedeutung, so würde dieses Risiko unabhängig von dem Auswirkungsgrad nicht detailliert beschrieben werden – mit Ausnahme der Veränderung gegenüber der im Lagebericht 2021 veröffentlichten Risikosituation selbst.

RISIKEN AUF EBENE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist als Holding-Gesellschaft des ProSiebenSat.1 Konzerns aufgrund dessen umfangreichen Geschäftstätigkeiten vielfältigen Risiken ausgesetzt. Soweit die Voraussetzungen für die bilanzielle Berücksichtigung gegeben waren, wurde für alle erkennbaren Risiken eine angemessene Vorsorge getroffen.

In den folgenden Abschnitten werden Risiken beschrieben, die Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des ProSiebenSat.1 Konzerns haben könnten.

KONZERNEBENE

Operative Risiken

Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld: Die Weltwirtschaft war 2022 erneut mit großen Herausforderungen konfrontiert: Neben der schwelenden COVID-19-Pandemie beeinflussten der Russland-/Ukraine-Krieg sowie seine Folgen, wie etwa der starke Anstieg der Inflation, viele Wirtschaftsregionen. Dies führte nicht nur zu massiven Kaufkraftverlusten, sondern auch zu einer deutlich restriktiveren Finanzpolitik. Dies bremste weltweit das Wachstum.

Auch die deutsche Wirtschaft verlor nach gutem Beginn im ersten Quartal 2022 im weiteren Jahresverlauf spürbar an Schwung: Neben bereits bestehenden Problemen wie Rohstoffknappheiten und Lieferengpässen beeinflussten nach Beginn des Russland-/Ukraine-Krieges dessen Konsequenzen, wie die Belastungen durch die Energiekrise, die beschleunigte Inflation sowie die nachlassende Dynamik im Welthandel die deutsche Wirtschaft. Im zweiten Quartal kam das Wachstum nahezu zum Erliegen (real +0,1 % vs. Vorquartal). Im September überschritt die Inflationsrate erstmals die 8,0 Prozent-Schwelle.

Dennoch legte – entgegen der Erwartungen – das Bruttoinlandsprodukt im dritten Quartal mit plus 0,5 Prozent wieder etwas stärker zu. Getragen wurde das Wachstum, ebenso wie in den beiden Vorquartalen, in erster Linie vom privaten Konsum. Stützend wirkte dabei unter anderem der robuste Arbeitsmarkt. Im vierten Quartal verzeichnete das Bruttoinlandsprodukt jedoch einen Rückgang (real -0,4 % gegenüber Q3 2022). Anders als in den Vorquartalen wurde die Wirtschaft hier nicht durch den privaten Konsum gestützt. Nichtsdestotrotz mehrten sich die Anzeichen, dass die prognostizierte Konjunkturabschwächung oder gar Rezession der deutschen Wirtschaft im Winterhalbjahr 2022/23 milder ausfallen könnte als zunächst befürchtet.

Insgesamt überwiegen im Winterhalbjahr dennoch Abwärtskräfte: Inflation und Kaufkraftverluste bleiben in Deutschland voraussichtlich hoch, trotz dämpfender Entlastungspakete. Gleichzeitig laufen die COVID-19-Aufholeffekte in den konsumnahen Dienstleistungssektoren allmählich aus.

Prognosen sind naturgemäß mit Unsicherheiten verbunden, derzeit sind sie jedoch besonders hoch. Vor allem die geopolitischen Entwicklungen sind kaum vorhersehbar. Vor diesem Hintergrund erachten wir die Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld im Vergleich zum Vorjahresende als gestiegen. Den Eintritt stufen wir wie zum Vorjahresende als möglich ein, während im Fall des Eintritts wesentliche finanzielle Auswirkungen folglich nicht vollständig ausgeschlossen werden können (vorher: erheblich). Insgesamt stufen wir die Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld als hoch ein (vorher: mittel).

Wertminderungsrisiken: Im Geschäftsjahr 2022 haben die Belastungen für den Konzern mit Beginn des Russland-/Ukraine-Krieges gegenüber dem Jahresende 2021 zugenommen – insbesondere wurde die zahlungsmittelgenerierende Einheit NuCom Group im Segment Commerce & Ventures durch Inflation, Energiekrise und gestiegener Unsicherheit bezüglich der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung beeinträchtigt. Gleichzeitig hat sich die Anwendbarkeit des Zahlungsdiensteaufsichtsgesetzes („ZAG“) auf bestimmte Gutscheine in der Jochen Schweizer

mydays-Gruppe sowie die daraus resultierenden Änderungen im Produktangebot ausgewirkt. Infolgedessen ergab sich im dritten Quartal 2022 eine Wertminderung von sonstigen langfristigen Vermögenswerten und Geschäfts- oder Firmenwerten dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheit. Im vierten Quartal 2022 kam es zu einer weiteren Wertminderung, die auf den Stichtag angepasste Kapitalkosten und einem Anstieg der Buchwerte im Vergleich zum vorherigen Quartal zurückzuführen sind.

Dabei überwacht und analysiert der Konzern die Bewertungsparameter im Kontext der Entwicklung der voranstehend dargestellten Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld auf Ebene der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten in allen Segmenten sehr eng, dazu gehört auch das steigende Zinsniveau. Vor dem Hintergrund dieser Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld schätzen wir das Eintrittsrisiko von weiteren Wertminderungen auf Konzernebene gegenüber dem Vorjahresende als hohes Risiko (vorher: niedrig) ein.

Die potenziellen Auswirkungen bewerten wir als wesentlich (vorher: moderat) und sehen die Eintrittswahrscheinlichkeit nun als möglich (vorher: sehr unwahrscheinlich) an.

Compliance-Risiken

Allgemeine Compliance-Risiken (inkl. gesetzliche Berichtspflichten, Kartellrecht, Gerichtsverfahren): Die digitale Entwicklung stellt den Gesetzgeber vor neue Herausforderungen und konfrontiert Unternehmen mit einer hohen Regulierungsdichte, insbesondere in den Bereichen Verbraucher- und Datenschutz. Zur Prävention möglicher gesetzlicher Verstöße beobachten wir die Rechtsentwicklungen genau, um auf Veränderungen angemessen zu reagieren. Gemeinsam mit Politik und Industrie will der Konzern die Chancen der Digitalisierung fördern, um somit den Wirtschafts- und Innovationsstandort Deutschland langfristig zu stärken. Dabei stehen aktuell folgende Themen im Fokus:

Die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) hat die rechtlichen Vorgaben für die Verarbeitung personenbezogener Daten in der Europäischen Union harmonisiert. Die Online-Werbewirtschaft hat frühzeitig das Transparency & Consent Framework (TCF) entwickelt, um die datenschutzrechtlich notwendige Abfrage von Einwilligungen bei den Nutzer:innen zu ermöglichen, Widersprüche gegen berechtigte Verarbeitungsinteressen abzufragen und Pflichtinformationen zur Verfügung zu stellen. Die zuständige Datenschutzaufsichtsbehörde hatte den TCF-Mechanismus zu Jahresbeginn 2022 in wesentlichen Punkten beanstandet und der standardsetzenden Organisation, dem Interactive Advertising Bureau Europe (IAB Europe), verschiedene Nachbesserungspflichten auferlegt. IAB Europe hat im April 2022 einen Action Plan mit Nachbesserungsvorschlägen eingereicht, der im Januar 2023 von der Aufsichtsbehörde gebilligt wurde und jetzt vom IAB Europe umgesetzt wird. Eine nicht fristgerechte Anpassung des TCF würde das werbefinanzierte Geschäftsmodell der ProSiebenSat.1 Group beeinträchtigen, da die datenschutzkonforme Einwilligungsabfrage für die targetierte Werbeausspielungen erschwert würde. Während die künftige ePrivacy-Verordnung (eP-VO) im Trilog zwischen Europäischem Rat, Parlament und Kommission verharrt, ist das deutsche Telekommunikation-Telemedien-Datenschutz-Gesetz (TTDSG) am 1. Dezember 2021 in Kraft getreten und beschränkt seither die Wiedererkennung von Nutzerendeinrichtungen. Zusätzlich zu den regulatorischen Einschnitten verkürzen die Hersteller von Browser-Software bzw. die Anbieter von Betriebssoftware für mobile Endeinrichtungen die Nutzung von Online-Kennungen, etwa von sogenannte Third Party Cookies.

Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LKSG) ist am 1. Januar 2023 in Kraft getreten. Es verpflichtet die Gesellschaften der ProSiebenSat.1 Group, bestimmte, angemessene Maßnahmen zur Absicherung gegen menschenrechtliche und umweltrechtliche Risiken im eigenen Geschäftsbereich sowie hinsichtlich ihrer unmittelbaren und mittelbaren Geschäftspartner zu implementieren. Die Verletzung der sich daraus ergebenden Pflichten kann signifikante negative Haftungs- und Rechtsfolgen sowie Bußgelder nach sich ziehen. Die ProSiebenSat.1 Group hat im

Laufe des Jahres 2022 ein fachbereichsübergreifendes Projekt aufgesetzt und plant, im Rahmen ihrer Berichtspflichten nach § 10 LKSG jährlich öffentlich hierzu zu berichten.

Verschiedenen Gesetzesinitiativen auf nationaler wie auch europäischer Ebene zielen darauf ab, die digitale Entwicklung zu berücksichtigen und die Interessen der Verbraucher:innen durch eine zeitgemäße Regulierung im Netz zu stärken. So sieht die EU-Omnibus-Richtlinie als Teil des „New Deal for Consumers" unter anderem Änderungen am Widerrufsrecht, neue Transparenzregelungen für Online-Marktplätze sowie eine Novellierung der Preisangabenverordnung vor. Diese Regelungen traten auf nationaler Ebene am 28. Mai 2022 in Kraft. Bei bestimmten Verstößen können Bußgelder von bis zu vier Prozent des Jahresumsatzes eines Anbieters verhängt werden. Ein weiterer Bestandteil des „New Deal for Consumers"-Pakets ist die EU-Verbandsklage-Richtlinie, die am 24. Dezember 2020 verabschiedet wurde, binnen zwei Jahren in nationales Recht umzusetzen ist und sodann sechs Monate später in Kraft treten wird. Der nationale Referentenentwurf hierzu sieht vor, dass künftig sogenannte qualifizierte Einrichtungen sämtliche Ansprüche von Verbraucher:innen gegen Unternehmen auf Abhilfe – wie Schadensersatz, Nachbesserung oder Vertragsauflösung – geltend machen können, soweit diese Ansprüche gleichartig sind. Bereits verabschiedet wurde zudem das „Gesetz für faire Verbraucherverträge", das unter anderem eine stärkere Regulierung von Verträgen mit längeren Laufzeiten einschließlich einer erleichterten Kündigungsmöglichkeit für Verbraucher:innen über einen Online-Kündigungsbutton vorsieht. Die Regelungen traten gestaffelt zum 1. März 2022 bzw. zum 1. Juli 2022 in Kraft und betreffen den Konzern in Teilen seiner Segmente Dating & Video und Commerce & Ventures.

Im November 2022 ist schließlich die EU-Verordnung zum Digital Services Act (DSA) in Kraft getreten. Der DSA schafft einen einheitlichen Rechtsrahmen für den Umgang mit rechtswidrigen und sonstigen schädlichen Inhalten auf Vermittlungsplattformen. Zudem beinhaltet die Verordnung Regelungen zur Haftungsbefreiung, auf bestimmte Kategorien von Vermittlungsdiensten zugeschnittene Sorgfaltspflichten sowie aufsichtsrechtliche Vorschriften über die Durchführung und Durchsetzung dieser Vorgaben. Für sogenannte sehr große Online-Plattformen finden die Regelungen gestaffelt im Jahr 2023, für alle anderen Anbieter von Vermittlungsdiensten ab 17. Februar 2024 Anwendung. Der DSA betrifft den Konzern vor allem im Segment Dating & Video.

Die Dynamik digitaler Märkte bringt zudem notwendige Anpassungen des nationalen und europäischen Kartellrechts mit sich. Unternehmen mit überragender marktübergreifender Bedeutung für den Wettbewerb stehen mit der Einführung des GWB-Digitalisierungsgesetzes (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen-Digitalisierungsgesetz) unter verschärfter Missbrauchsaufsicht. Auf europäischer Ebene trat im November 2022 mit dem Digital Markets Act (DMA) eine Ex-ante-Regulierung digitaler Plattformen sowie die zentralisierte Durchsetzung des neuen Ordnungsrahmens in Kraft. Dies sind entscheidende Schritte, um gleiche Wettbewerbsbedingungen in digitalen Märkten zu schaffen und künftig rechtzeitig gegen Wettbewerbsverzerrungen im Umfeld digitaler Ökosysteme vorzugehen.

Schließlich ist auch die Reformierung des Urhebervertragsrechts von Relevanz. Die neuen gesetzlichen Regelungen enthalten unbestimmte Rechtsbegriffe und einige weitere, noch unklare Formulierungen, bezüglich derer erst durch die Rechtsprechung und Branchenübung in den nächsten Jahren mehr Rechtssicherheit erreicht werden kann. Derzeit sind die Auswirkungen auf die ProSiebenSat.1 Group daher noch nicht final absehbar.

Compliance-Risiken im Kontext des Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz im Hinblick auf die Geschäftstätigkeit der Jochen Schweizer GmbH und der mydays GmbH: Am 28. Februar 2023 hat die ProSiebenSat.1 Media SE im Rahmen einer Ad-hoc-Mitteilung bekannt gegeben, dass sie nach einem kurz zuvor erhaltenen Hinweis auf der Grundlage der Ergebnisse einer externen Prüfung davon ausgeht, dass die Geschäftstätigkeit ihrer beiden Tochtergesellschaften Jochen

Schweizer GmbH („Jochen Schweizer“) und mydays GmbH („mydays“), die im Wesentlichen im Vertrieb von Gutscheinen besteht, in Teilen unter das Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz („ZAG”) fällt.

Jochen Schweizer und mydays haben daraufhin ihr Produktangebot am 13. / 14. März 2023 angepasst, um die in der Ad-hoc-Mitteilung genannten aufsichtsrechtlichen Bedenken auszuräumen. Mit Schreiben vom 6. April 2023 teilte die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht („BaFin") als zuständige Aufsichtsbehörde Jochen Schweizer und mydays mit, dass diese für das weitere Betreiben ihres zum 13. / 14. März 2023 angepassten Produktangebots keiner Erlaubnis der BaFin bedürfen.

Gleichzeitig hat die BaFin mitgeteilt, dass sie auf Grundlage ihrer gegenwärtigen Verwaltungspraxis davon ausgeht, dass Jochen Schweizer und mydays für die Ausgabe eines Teils der vor dem 13. / 14. März 2023 ausgegebenen Gutscheinprodukte einer Erlaubnis der BaFin nach dem ZAG bedurften. Jochen Schweizer und mydays stimmen derzeit die Modalitäten der Abwicklung der betroffenen Gutscheinprodukte mit der BaFin ab.

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat unverzüglich nach Veröffentlichung der Ad-hoc-Mitteilung die Durchführung einer unabhängigen internen Untersuchung durch eine externe Rechtsanwaltskanzlei veranlasst. Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE unterstützt diese Untersuchung vollumfänglich. Die Untersuchung dient der Aufklärung von etwaigem Fehlverhalten von Mitgliedern der Leitungsorgane und Mitarbeiter:innen im ProSiebenSat.1-Konzern, insbesondere im Hinblick auf Pflichten der betroffenen Gesellschaften nach dem ZAG.

Gleichzeitig hat die Staatsanwaltschaft München I einen Beobachtungsvorgang eingeleitet, wobei sie den Anfangsverdacht möglicher Straftaten prüft. Die ProSiebenSat.1 Media SE und deren betroffene Tochtergesellschaften kooperieren umfassend mit den zuständigen Behörden. Die möglichen finanziellen Belastungen für den Konzern im Zusammenhang mit den behördlichen Untersuchungen sind derzeit noch nicht abschätzbar, könnten aber erheblich sein.[2]

Vor diesem Hintergrund gehen wir aktuell davon aus, dass sich die Compliance-Risiken insgesamt erhöht haben, wenngleich die aus den Allgemeinen Compliance-Risiken resultierende Risikowertung insgesamt unverändert ist: Wir bewerten die Compliance-Risiken nun als hohes Risiko (vorher: mittel) und sehen den Eintritt als möglich (vorher: unwahrscheinlich). Die potenziellen Auswirkungen stufen wir dabei auch weiterhin als wesentlich ein.

SEGMENT ENTERTAINMENT

Operative Risiken

Allgemeine Branchenrisiken (inkl. Mediennutzungsverhalten und Reichweitenentwicklung): Fernsehen ist nach wie vor das wichtigste Breitenmedium, dies gilt sowohl mit Blick auf die Reichweite als auch die Mediennutzungszeit. Die steigende Internetnutzung hat das Mediennutzungsverhalten jedoch nachhaltig verändert und dabei zu einer signifikanten Diversifizierung der genutzten Angebote gesorgt. Schon seit Langem werden beispielsweise TV-Inhalte nicht nur live am stationären TV-Gerät genutzt, sondern auch on-demand und über mobile Endgeräte wie Laptops. Ein weiteres Beispiel ist die wachsende Bedeutung von Podcasts, deren Nutzung sich dynamisch entwickelt und zur anhaltend hohen Mediennutzung beiträgt. Dabei hat sich die gesamte Bewegtbildnutzung – nach dem Hoch während der ersten Welle der COVID-19-Pandemie und der damit einhergehenden Beschränkungen des öffentlichen Lebens – wieder auf ursprünglichem Niveau normalisiert: Zwar entwickelte sich die klassische TV-Nutzung rückläufig, sie liegt aber nach wie vor auf sehr hohem Niveau. Gleichzeitig ist die Nutzungsdauer von Online-Videos sehr stark gestiegen. Damit ist die Bewegtbildnutzung mit ca. 4 Stunden insgesamt

2 Die Einschätzung „erheblich“ entspricht in diesem Fall nicht der Definition von „erheblicher Auswirkung“, die ansonsten in diesem Risikobericht verwendet wird, das heißt, > 25 - 50 Mio Euro.

konstant und lag 2022 auf gleicher Höhe der entsprechenden Zeiträume seit 2018 (Quelle: Viewtime Report, Zielgruppe 14-69 Jahre, Welle 3/2022). Auf diese Nutzungssituation haben wir unsere Strategie ausgerichtet und bauen unser Portfolio stetig aus.

Indem der Konzern Inhalte zielgruppenspezifisch über möglichst viele Kanäle verbreitet, erreichen wir unsere von der Werbewirtschaft nachgefragten Nutzer:innen auf ihren jeweilig präferierten Plattformen. Auf diese Weise baut ProSiebenSat.1 die digitale Reichweite aus und stärkt zugleich das Markenprofil des klassischen Senderportfolios. Dabei fokussieren wir uns auf werbefinanzierte Bewegtbild-Angebote und reagieren gezielt auf die Trends der Mediennutzung: Neben Bewegtbild ergänzen mit Podcasts auch Audio-Formate unsere Angebotspalette. Gleichzeitig konzentrieren wir uns auf Eigenproduktionen, wobei wir im TV einen Schwerpunkt auf die werberelevante Prime Time setzen. Vor diesem Hintergrund erachten wir die Risiken aus einer Veränderung der Bewegtbildnutzung im Vergleich zum Vorjahresende als unverändert und sehen deren Eintritt weiterhin als unwahrscheinlich an. Im Fall einer grundlegenden Veränderung können wir wesentliche finanzielle Auswirkungen jedoch nicht vollständig ausschließen. Insgesamt stufen wir diesen Sachverhalt weiterhin als mittleres Risiko ein.

Vermarktungsrisiken: Der Wettbewerb mit globalen Plattformanbietern ist intensiv. Wesentliche Auswirkungen auf unsere Umsatzentwicklung im TV-Werbemarkt können wir nicht ausschließen, obgleich wir eine digitale und plattformübergreifende Entertainment-Strategie verfolgen. Zugleich ist die Visibilität der künftigen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung nach wie vor begrenzt. Dementsprechend haben wir unsere Finanzplanung aufgesetzt. Damit einhergehend bewerten wir das verbleibende Vermarktungsrisiko weiterhin als möglich mit einer wesentlichen Auswirkung. Somit ist das Vermarktungsrisiko insgesamt unverändert und weiterhin als hoch bewertet.

Content-Risiken: Die Content-Risiken für nationale und internationale Programmproduktionen sind gesunken. Dabei wirkte sich auf die Risikobewertung zum einen der Verkauf des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios (heute: Seven.One Studios) aus. Zum anderen ist das Produktionsgeschäft zwar weiterhin mit den Herausforderungen der COVID-19-Pandemie konfrontiert. Durch die Erfahrungen der letzten zwei Jahre haben sich jedoch wirksame Prozesse für den Umgang mit Hygienemaßnahmen und logistischen Herausforderungen etabliert. Somit bewerten wir das Risiko als insgesamt niedrig (vorher: mittel). Die mögliche Risikoauswirkung stufen wir – bei weiterhin unwahrscheinlichem Eintritt – auf moderat (vorher: erheblich) herab.

SEGMENT DATING & VIDEO

Operative Risiken

Allgemeine Branchenrisiken: Der Markt für Online-Dating und Social Entertainment entwickelt sich dynamisch. Regulatorische Änderungen auf nationaler und internationaler Ebene können dabei jedoch zu Risiken für unsere etablierten Geschäftsmodelle im Segment Dating & Video führen. So können diese insbesondere Einschränkungen in der freien Produkt- und Preisgestaltung ergeben, die wiederum die Entwicklung des Umsatzes und des Ergebnisses auch aus Gründen von Haftungsrisiken mittel- bis langfristig schwerwiegend beeinflussen können.

Zudem wird der Wettbewerb in diesem Markt weiterhin intensiv geführt. So besteht die Gefahr, dass sich die Konsumentennachfrage durch neue Marktteilnehmer bzw. Wettbewerbsangebote und Technologien sehr rasch verändert. Zusätzlich bergen die digitalen Geschäftsmodelle in diesem Markt das erhebliche Risiko einer Abhängigkeit von Drittanbietern, zum Beispiel bei der Zahlungsabwicklung, der Bereitstellung von Video-Diensten oder der Einhaltung von Vorgaben hinsichtlich personalisierter Werbung auf mobilen Endgeräten. Änderungen in diesen Geschäftsbeziehungen können sich dabei ähnlich negativ auf den Umsatz oder die Kosten auswirken wie eine Zunahme an einschränkenden rechtlichen Vorgaben für diese neuen wie auch für die bestehenden Technologien. Es besteht zudem das Risiko, dass sich die Nachfrage nach

Online-Dating und Interaktionsdiensten negativ verändert. Demgegenüber steigt weltweit die Zahl der Singles; die Bereitschaft, Dating-Apps zu nutzen, nimmt zu.

Wir beobachten diese Entwicklungen regelmäßig, um frühzeitig negative Veränderungen abzuschätzen und Gegenmaßnahmen einleiten zu können. Für den Fall, dass sich regulatorische Änderungen andeuten, wird proaktiv an alternativen Angeboten gearbeitet, um potenziell negativen Auswirkungen bei Eintritt der Risiken entgegenzuwirken. Durch die stetige Weiterentwicklung des digitalen Produktangebots wird zudem ein nachhaltiger Wettbewerbsvorteil im Markt angestrebt. Abweichend zum Vorjahresende stufen wir die allgemeinen Branchenrisiken insgesamt als hoch (vorher: mittel) mit möglichem Eintritt (vorher: unwahrscheinlich) ein. Falls entscheidende Änderungen auftreten sollten, wäre die Auswirkung weiterhin wesentlich.

Vermarktungsrisiken: Die Entwicklung des Konsumklimas im Jahr 2022 wurde insbesondere durch Unsicherheiten vor dem Hintergrund des Russland-/Ukraine-Krieges, der anhaltenden Inflation sowie der Energiekrise beeinflusst. Es besteht das Risiko, dass sich die Nachfrage nach Online-Dating und Interaktionsdiensten negativ verändert. Demgegenüber steigt weltweit die Zahl der Singles; die Bereitschaft, Dating-Apps zu nutzen, nimmt zu.

Die Veränderung des Verbraucherverhaltens hat ebenso einen Einfluss auf unsere Marketingtätigkeiten. Eine Abkehr von traditionellen Kanälen erfordert verstärkt die Entwicklung neuer Marketingstrategien. Hier besteht das Risiko, dass die von uns gewählten Vertriebs- und Marketingkonzepte nicht das erhoffte Ergebnis liefern. An dieser Stelle ist wiederum die Abhängigkeit von Drittanbietern zu erwähnen, welche bei der erfolgreichen Vermarktung und dem Vertrieb unserer Produkte besteht. Hier existiert das Risiko, dass diese dritten Parteien einen negativen Einfluss auf die Nutzung oder die Vermarktung unserer Produkte haben können, indem sie diese einschränken, verbieten oder anderweitig beeinträchtigen. Falls die Bedingungen für den Vertrieb, die Nutzung oder Vermarktung unserer Produkte wesentlich verändert werden, könnte dies unsere Umsatzentwicklung schwerwiegend beeinflussen.

Daher stufen wir die Vermarktungsrisiken als insgesamt mittleres Risiko (vorher: niedrig) mit möglichem Eintritt (vorher: sehr unwahrscheinlich) ein. Falls entscheidende Änderungen auftreten sollten, wäre die Auswirkung erheblich (vorher: moderat).

SEGMENT COMMERCE & VENTURES

Operative Risiken

Allgemeine Branchenrisiken: Angesichts der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung verspüren Verbraucher:innen in der DACH-Region große Unsicherheit. Infolgedessen zeichnet sich seit dem vierten Quartal 2021 auch in unserem Segment Commerce & Ventures eine Zurückhaltung in der Konsumentennachfrage ab. Diese hat – angesichts des Russland-/Ukraine-Krieges bzw. der damit einhergehenden Energiekrise und sehr hohen Inflation – im Jahr 2022 zugenommen. Es ist nach wie vor schwer zu prognostizieren, wann sich das Preisniveau normalisiert und damit auch die allgemeine Konjunkturlage wieder nachhaltig erholt. Diese kann entsprechend auch künftig potenziell negative Auswirkungen auf die wirtschaftliche Lage unserer Geschäfts- und Kooperationspartner im Segment Commerce & Ventures haben, wenngleich sich die für uns relevanten Branchen unterschiedlich entwickeln dürften. Sollte diese Entwicklung eintreten sehen wir einen steigenden Finanzierungsbedarf bei den betroffenen Tochtergesellschaften, der voraussichtlich durch die ProSiebenSat.1 Media SE zu finanzieren wäre. Die entsprechend gedämpfte Konsumentennachfrage haben wir in unserer Finanzplanung reflektiert und bewerten die allgemeinen Branchenrisiken für das Segment Commerce & Ventures unverändert als mittleres Risiko mit potenziell wesentlicher Auswirkung und unwahrscheinlichem Eintritt.

Vermarktungsrisiken: Durch eine verstärkte Aktivität von Wettbewerbern könnten die Vertriebskosten in Zusammenhang mit Kundenakquisitionen im Segment Commerce & Ventures steigen. Um diese Risiken zu begrenzen, arbeiten die Unternehmen des Segments an einer noch engeren Kommunikation mit den Kund:innen und erweitern das Angebotsportfolio bspw. durch Apps oder durch geschützte Portale, die Kund:innen einen Mehrwert bieten wie etwa individuelle, zusätzliche Informationen. Wir stufen die resultierenden Vertriebsrisiken insgesamt als mittleres Risiko (vorher: niedrig) ein mit einer potenziell erheblichen Auswirkung (vorher: moderat) und einem möglichen Eintritt (vorher: unwahrscheinlich).

ANGABEN ZUM INTERNEN KONTROLL- UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEM IM HINBLICK AUF DEN (KONZERN-) RECHNUNGSLEGUNGSPROZESS MIT ERLÄUTERUNGEN

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess soll sicherstellen, dass Geschäftsvorfälle im Einzel- und Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE (aufgestellt in Übereinstimmung mit den am Abschlussstichtag gültigen International Financial Reporting Standards („IFRS“), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, und den nach § 315e Abs. 1 HGB ergänzend zu beachtenden handelsrechtlichen Vorschriften) bilanziell richtig abgebildet und die Vermögenswerte und Schulden damit hinsichtlich Ansatz, Bewertung und Ausweis zutreffend erfasst sind. Die konzernweite Einhaltung gesetzlicher und unternehmensinterner Vorschriften ist Voraussetzung hierfür. Umfang und Ausrichtung der implementierten Systeme wurden vom Vorstand anhand der für die ProSiebenSat.1 Group spezifischen Anforderungen ausgestaltet. Diese werden regelmäßig überprüft und gegebenenfalls aktualisiert. Trotz angemessener und funktionsfähiger Systeme kann eine absolute Sicherheit zur vollständigen Identifizierung und Steuerung der Risiken nicht gewährleistet werden. Die unternehmensspezifischen Grundsätze und Verfahren zur Sicherung der Wirksamkeit und Ordnungsmäßigkeit der (Konzern-) Rechnungslegung werden im Folgenden erläutert.

ZIELE DES RISIKOMANAGEMENTSYSTEMS IN BEZUG AUF RECHNUNGSLEGUNGSPROZESSE
Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE versteht das interne Kontrollsystem im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess als Teilbereich des konzernweiten Risikomanagementsystems. Durch die Implementierung von Kontrollen soll hinreichende Sicherheit erlangt werden, dass trotz der identifizierten Bilanzierungs-, Bewertungs- und Ausweisrisiken ein regelungskonformer (Konzern-) Abschluss erstellt wird. Die wesentlichen Ziele eines Risikomanagementsystems in Bezug auf die (Konzern-) Rechnungslegungsprozesse sind:

- **Identifizierung von Risiken, die das Ziel der Regelungskonformität des (Konzern-) Abschlusses und des (Konzern-) Lageberichts gefährden könnten.**
- **Begrenzung bereits erkannter Risiken durch Identifikation und Umsetzung angemessener Maßnahmen.**
- **Überprüfung erkannter Risiken hinsichtlich eines möglichen Einflusses auf den (Konzern-) Abschluss und die entsprechende Berücksichtigung dieser Risiken.**

Des Weiteren unterliegen unsere Prozessbeschreibungen sowie unsere Risikokontrollmatrizen einer jährlichen Überprüfung. Hierdurch wird die Aktualität der Beschreibung sichergestellt und damit auch die Etablierung kontinuierlich wirksamer Kontrollmechanismen erreicht. Die Ergebnisse dieser Überprüfungen sowie die Ergebnisse regelmäßiger Kontrolltests werden im Rahmen von Aktualisierungen integraler Bestandteil des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess. Basierend auf den Testergebnissen erfolgt eine Einschätzung, ob die Kontrollen angemessen ausgestaltet und wirksam sind. Erkannte Kontrollschwächen werden unter Beachtung ihrer potenziellen Auswirkungen behoben.

AUFBAUORGANISATION

– Die in den Konzern einbezogenen Abschlüsse der Einzelgesellschaften werden unter Zuhilfenahme von Standardsoftware erstellt.
– Die Konsolidierung der Meldedaten zum Konzernabschluss erfolgt mithilfe einer stabilen, marktüblichen Standardsoftware.
– Die Abschlüsse der Einzelgesellschaften werden nach lokalen Rechnungslegungsvorschriften, die Meldedaten nach dem auf IFRS basierten Bilanzierungshandbuch aufgestellt, das allen in den Rechnungslegungsprozess eingebundenen Mitarbeiter:innen verfügbar gemacht wird. Die in den Konzernabschluss einbezogenen Einzelgesellschaften übermitteln ihre Meldedaten in einem vorgegebenen Format an die Abteilung „Group Accounting & Reporting“.
– Die eingesetzten Finanzsysteme sind durch entsprechende Zugangs- und Zugriffskontrollen (Berechtigungskonzepte) geschützt.
– Es existiert für die Zwecke des Konzernabschlusses ein einheitlicher Kontenplan, nach dem die betreffenden Geschäftsvorfälle zu buchen sind.
– Die Ermittlung bestimmter rechnungslegungsrelevanter Sachverhalte (z.B. Gutachten zur Pensionsrückstellung) wird unter Mitwirkung externer Expert:innen vorgenommen.
– Die wesentlichen Funktionen im Rechnungslegungsprozess – Accounting, Taxes, Controlling sowie Treasury – sind klar getrennt. Die Verantwortungsbereiche sind eindeutig zugeordnet.
– Die am Rechnungslegungsprozess beteiligten Abteilungen und Bereiche werden in quantitativer und qualitativer Hinsicht angemessen ausgestattet. Es finden regelmäßig fachliche Schulungen statt, um eine Abschlusserstellung auf verlässlichem Niveau zu gewährleisten.
– Ein angemessenes Richtlinienwesen (z.B. auf HGB und IFRS basierende Bilanzierungshandbücher, Verrechnungspreisrichtlinie, Einkaufsrichtlinie, Reisekostenrichtlinie etc.) ist eingerichtet und wird bei Bedarf aktualisiert. Die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems in Bezug auf die rechnungslegungsrelevanten Prozesse wird (in Stichproben) durch den prozessunabhängigen Bereich Internal Audit überprüft.

ABLAUFORGANISATION

– Für die Planung, Überwachung und Optimierung des Prozesses zur Erstellung des Konzernabschlusses erfolgt der Einsatz von Tools, die unter anderem einen detaillierten Abschlusskalender sowie alle wichtigen Aktivitäten, Meilensteine und Verantwortlichkeiten beinhalten. Allen Aktivitäten und Meilensteinen sind konkrete Zeitvorgaben zugeordnet. Die Einhaltung der Berichtspflichten und -fristen wird zentral durch das Konzernrechnungswesen überwacht.
– Bei allen rechnungslegungsbezogenen Prozessen werden Kontrollen wie Funktionstrennung, Vier-Augen-Prinzip, Genehmigungs- und Freigabeverfahren sowie Plausibilisierungen vorgenommen.
– Es besteht eine klare Zuordnung der Aufgaben bei der Erstellung des Konzernabschlusses (z.B. Abstimmung konzerninterner Salden, Kapitalkonsolidierung, Überwachung der Berichtsfristen und Berichtsqualität in Bezug auf die Daten der einbezogenen Unternehmen etc.). Für spezielle fachliche Fragestellungen und komplexe Bilanzierungssachverhalte fungiert die Abteilung „Group Accounting & Reporting“ als zentraler Ansprechpartner.
– Alle wesentlichen in den Konzernabschluss einbezogenen Informationen werden umfangreichen systemtechnischen Validierungen unterzogen, um die Vollständigkeit und Verlässlichkeit der Daten zu gewährleisten.
– Risiken, die sich auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess beziehen, werden kontinuierlich im Rahmen des im Risikobericht beschriebenen Risikomanagementprozesses erfasst und überwacht.

INTERNES KONTROLL- UND RISIKOMANGEMENTSYSTEM[3]

WESENTLICHE MERKMALE DES INTERNEN KONTROLL- UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEMS

Internes Kontroll- und Risikomanagementsystem

Neben der Verlässlichkeit der Finanzberichterstattung soll das unternehmensweite interne Kontroll- und Risikomanagementsystem (IKS bzw. RMS) die Effektivität und Effizienz des Geschäftsbetriebs sowie die Einhaltung maßgeblicher Gesetze, interner und externer Vorschriften und Richtlinien sicherstellen und Risiken in Bezug auf die Erreichung der Geschäftsziele identifizieren, evaluieren und steuern. Dabei sind auch Nachhaltigkeitsaspekte eingeschlossen, die auf Basis der regulatorischen Vorgaben fortlaufend weiterentwickelt werden.

Die Gesamtverantwortung für das IKS und RMS liegt beim Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE. Das IKS und RMS sind auf Basis des international anerkannten COSO-Rahmenwerks (Committee of Sponsoring Organization for Standardization) für Interne Kontrollsysteme (Internal Control – Integrated Framework) und Risikomanagementsysteme (Enterprise Risk Management – Integrating with Strategy and Performance) konzipiert. Entsprechende Vorgaben wurden vom Vorstand in Richtlinien, die für die ProSiebenSat.1 Group gültig sind, spezifiziert. Die Einhaltung dieser Vorgaben sind Gegenstand von Prüfungsaktivitäten unseres Internal Audit Bereichs. Diese erfolgen entweder im Rahmen des risikobasierten jährlichen Prüfungsplans oder im Rahmen von unterjährig anberaumten Prüfungen. Die Einhaltung dieser Vorgaben wird zudem regelmäßig durch externe Prüfungsgesellschaften überprüft.

Das grundlegende System für das gesamte IKS ist das gleiche wie für das rechnungslegungsbezogene IKS. Die Beschreibung des rechnungslegungsbezogenen IKS und des konzernweiten RMS erfolgt im prüfungspflichten Teil des Lageberichts.

Um die Risiken, die sich nachteilig auf die oben genannten Ziele des IKS und RMS auswirken können, frühzeitig zu erkennen und effektiv zu steuern, hat der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE konkrete zentrale und dezentrale Verantwortlichkeiten und Strukturen organisiert: Die zentrale konzernweite Verantwortung für die Methodik, Qualitätssicherung, Überwachung und das Reporting liegt bei den IKS/RMS Abteilungen der ProSiebenSat.1 Media SE, die bei der Erfüllung ihrer Aufgaben durch Fachexpert:innen aus anderen Konzernfunktionen unterstützt werden. Die Prozessverantwortlichen und Risikomanager:innen in den Gesellschaften repräsentieren die dezentrale IKS- und RMS-Organisation und sind für die Umsetzung des IKS im Sinne der Kontrollidentifizierung, -dokumentation sowie Kontrolldurchführung sowie des RMS hinsichtlich der Risikoidentifizierung, Evaluation und Steuerung verantwortlich.

Compliance-Management-System

Das Governance-System der ProSiebenSat.1 Media SE umfasst auch ein an der Risikolage ausgerichtetes konzernweites Compliance-Management-System (CMS), das – basierend auf einer Relevanz- und Risikoanalyse – insbesondere die Themenfelder Geldwäscheprävention, Korruptionsprävention, Sanktionen & Embargos und Datenschutz abdeckt. Ein am Standard IDW

3 Dieser Abschnitt ist kein Bestandteil des geprüften Lageberichts.

PS 980 ausgerichtetes Compliance Programm unterstützt das regelkonforme Handeln unserer Mitarbeiter:innen.

Die wesentlichen Bestandteile des CMS bilden Kultur, Ziele, Organisation, Risiken, Programm, Kommunikation sowie Überwachung und Verbesserung des Systems. Im Fokus des CMS steht es, Integrität, richtlinienkonformes und regeltreues Verhalten dauerhaft im Denken und Handeln aller Mitarbeiter:innen zu verankern und auf diese Weise Rechts- und Regelverstöße von vornherein zu verhindern. Dies bildet das Fundament der Compliance Kultur. Die Compliance Ziele, die vom Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE beschlossen wurden, richten sich daran sowie an den für das CMS anhand der Risikoanalyse, die regelmäßig wiederholt sowie anlassbezogen durchgeführt wird, gewählten Themenfeldern aus. Im Rahmen der Compliance Organisation werden die erforderlichen Ressourcen zur Einrichtung, Unterhaltung, Überprüfung und stetigen Fortentwicklung des CMS zur Verfügung gestellt. In den Konzerngesellschaften wurden auf Ebene der Geschäftsleitung Ansprechpartner:innen für Fragen der Compliance benannt sowie ggf. Unit Compliance Officer ernannt. Das Compliance Programm wurde konzipiert, um die im Rahmen der Risikoanalyse ermittelten Risiken zu steuern und zu mitigieren und zu diesem Zweck wurden u.a. ein Verhaltenskodex sowie relevante Richtlinien beschlossen und eingeführt, welche durch Maßnahmen, wie z.B. Schulungen, Kontrollen sowie ein Hinweisgebersystem und ein entsprechendes Vorfallmanagement flankiert werden. Die Compliance Kommunikation umfasst eine regelmäßige interne wie externe Kommunikation zu relevanten Compliance Themen, sowie eine regelmäßige und anlassbezogene Berichterstattung an den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE.

Das CMS wird laufend an die geschäftsspezifischen Risiken und jeweils gültigen gesetzlichen Anforderungen angepasst.

STELLUNGNAHME DES VORSTANDS ZUR ANGEMESSENHEIT UND WIRKSAMKEIT DES IKS, RMS UND CMS

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE hat zur prozessintegrierten und prozessunabhängigen internen Überwachung zwecks Sicherstellung der Angemessenheit und Wirksamkeit des Internen Kontroll- und Risikomanagementsystems einschließlich des Compliance-Management-Systems organisatorische Maßnahmen etabliert.

Im Rahmen der prozessintegrierten internen Überwachung sind im Konzern Freigabe- und Berichtsprozesse verankert. Dabei werden die Einhaltung der konzernweiten Vorgaben in den jeweiligen Organisationseinheiten überwacht, die Inhalte der Berichterstattung hierüber plausibilisiert, kritische Kontrollschwächen diskutiert sowie bei Bedarf Maßnahmen zur Verbesserung eingeleitet. Der Vorstand erhält regelmäßige Berichte zu den Ergebnissen der prozessintegrierten internen Überwachung.

Quartalsweise findet ein interner Zertifizierungsprozess statt, bei dem – unterstützt durch Bestätigungen des Managements von Einheiten in ihrem Verantwortungsbereich – die Ordnungsmäßigkeit der berichteten Finanzdaten bestätigt und über die Wirksamkeit der Kontrollsysteme berichtet wurden.

Für die prozessunabhängige interne Überwachung ist ein internes Revisionssystem (IRS) als integraler Bestandteil des Corporate Governance Systems eingerichtet. Dabei können sämtliche Gesellschaften und Prozesse des ProSiebenSat.1-Konzerns Gegenstand einer Revisionsprüfung sein. Die jährliche Revisionsplanung bezüglich der zu prüfenden Gesellschaften und Prozesse erfolgt risikobasiert unter Berücksichtigung verschiedener interner und externer Faktoren. Zusätzlich kann der jährliche Revisionsplan flexibel um anlassbezogene Revisionsprüfungen erweitert werden. Die Interne Revision überwacht darüber hinaus die fristgerechte Umsetzung der im jeweiligen Revisionsbericht vereinbarten Maßnahmen.

Fester Bestandteil unserer internen Überwachungsmaßnahmen sind freiwillige externe Systemprüfungen bestimmter Teilbereiche. Für das Jahr 2022 wurden Teilbereiche des internen Kontrollsystems auf Basis des internationalen Prüfungsstandards „International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000" in Verbindung mit dem COSO Internal Control Integrated Rahmenwerk mit dem Fokus auf das IKS bezogen auf die Rechnungslegung sowie Teilbereiche der Compliance geprüft. Ferner gehören dazu freiwillige Prüfungen des Risikomanagementsystems gemäß IDW PS 981 und Teilbereiche des Compliance-Management-Systems gemäß IDW PS 980 durch externe Prüfungsgesellschaften.

CHANCENBERICHT

CHANCENMANAGEMENT

Unser Ziel ist es, Chancen möglichst frühzeitig zu erkennen und durch geeignete Maßnahmen zu nutzen. Dazu erfasst ProSiebenSat.1 die als relevant definierten Wachstumsoptionen im Rahmen der Strategieplanung. Dabei werden die einzelnen Optionen priorisiert, konkrete Ziele abgeleitet sowie Maßnahmen und Ressourcen zur operativen Zielerreichung festgelegt.

Unser Chancenmanagement ist Bestandteil des unternehmensinternen Steuerungssystems und organisatorisch dezentral in den Geschäftsbereichen angesiedelt. Der Prozess wird von der Abteilung „Group Strategy" unterstützt und koordiniert: Durch den engen Kontakt mit den einzelnen operativen Einheiten erhält der Bereich einen detaillierten Einblick in die Geschäftssituation und ist kontinuierlich auf der Suche nach weiteren Wachstumsoptionen. Zudem dienen Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie der Erfahrungsaustausch mit externen Expert:innen als wichtige Quellen, um Wachstumsmöglichkeiten für die ProSiebenSat.1 Group zu identifizieren.

» **INFORMATION**
Chancen, deren Eintrittswahrscheinlichkeit wir als hoch einstufen, haben wir bereits in unsere Prognose für das Jahr 2023 sowie unsere Planung bis zum Jahr 2027 aufgenommen. Diese Wachstumsmöglichkeiten berichten wir im Unternehmensausblick für das Geschäftsjahr 2023. Daneben existieren Potenziale, die bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert sind; diese möglichen positiven Budgetabweichungen beschreiben wir nachfolgend, sofern sie für den Planungszeitraum bis 2027 relevant und wesentlich sind.

CHANCENMANAGEMENT

Input durch operative Konzerneinheiten

Erfahrungsaustausch mit externen Expert:innen

Markt- und Wettbewerbsbeobachtung

Strategieplanung

Analyse und Identifikation

Bewertung und Priorisierung

Ableiten von konkreten Zielen

Definition von Maßnahmen und Ressourcen zur operativen Zielerreichung

CHANCEN AUS GESAMTWIRTSCHAFTLICHEN UND REGULATORISCHEN ENTWICKLUNGEN

Konjunkturprognosen sind per se mit hohen Unsicherheiten behaftet, derzeit ist die Visibilität aber besonders gering. Vor allem die geopolitischen Entwicklungen sind kaum vorhersehbar. In Deutschland – unserem größten Umsatzmarkt – dürften Inflation und Kaufkraftverluste hoch bleiben. Dennoch mehrten sich zuletzt die Anzeichen, dass der Konjunkturabschwung im Winterhalbjahr milder ausfallen könnte als zunächst erwartet. Als frühzyklisches Unternehmen dürften wir rasch und unmittelbar von einer konjunkturellen Erholung profitieren. Aktuell rechnen die Wirtschaftsinstitute mit einer konjunkturellen Erholung in der DACH-Region in der zweiten Jahreshälfte 2023. Bei einer positiven Abweichung dieser Planungsprämissen entstehen zusätzliche Wachstumschancen für die gesamte Gruppe und ihre drei Segmente – Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures.

Chancen birgt zudem das medienpolitische Umfeld: Zusätzliche Potenziale könnten sich etwa aus einer Reform des dualen Rundfunksystems ergeben, die gerade rege und breit diskutiert wird. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter sind eine wertvolle Stütze unserer Medienlandschaft in Deutschland. Eine Fokussierung ihres Programmauftrags wie auch eine Schärfung der Mittelverwendung würde aber mehr Raum für Wettbewerb ermöglichen und die Vielfalt der Angebote nachhaltig stärken. Denn während die privaten Anbieter ihre Programme primär über Werbung refinanzieren, erhält der öffentlich-rechtliche Rundfunk zusätzlich garantierte Einnahmen aus öffentlichen Geldern in Form der Haushaltsabgabe.

Ein weiterer regulatorischer Meilenstein, der Chancen für ProSiebenSat.1 mit sich bringt, ist das im Sommer von den EU-Institutionen beschlossene und im November 2022 in Kraft getretene „Grundgesetz des Internets“: Mit dem Digital Services Act (DSA) und dem Digital Markets Act (DMA) werden einige Missstände im Wettbewerb mit großen Digitalunternehmen (Big Tech-Unternehmen) adressiert und die Spielregeln für alle Marktteilnehmer angeglichen. Beide Verordnungen sind für ProSiebenSat.1 wichtig, da sie strukturelle Nachteile im Wettstreit mit Big Tech-Unternehmen angehen und so neue Rahmenbedingungen in Europa setzen. So bietet der DMA beispielsweise neue Chancen, indem unter anderem wettbewerbsschädigende Verhaltensweisen von Suchmaschinen, Betriebssystemen, Video-Sharing-Plattformen oder App-Stores untersagt werden sollen. Bei konsequenter Um- und Durchsetzung der neuen Regeln können sich Optionen für alle unsere drei Segmente ergeben.

CHANCEN AUS PORTFOLIOMASSNAHMEN

Erste Anzeichen einer konjunkturellen Erholung, sei es bei den hohen Inflationsraten oder einer Entspannung auf den Energiemärkten, dürften sich auch mit Blick auf den M&A-Markt positiv auswirken und zusätzliche Optionen eröffnen.

Der Konzern verfolgt verschiedene M&A-Ansätze und hat unter anderem mit seiner Investitionswährung Media die Möglichkeit, ohne große Barmittel sein Portfolio zu vergrößern – insbesondere mit Bezug auf digitale Verbrauchermärkte im Segment Commerce & Ventures. Gleichzeitig prüfen wir auch im Segment Entertainment regelmäßig M&A-Optionen mit dem Ziel, unser Portfolio in der DACH-Region in Bezug auf „Content, Reach and Monetization“ auszubauen. Daneben bietet die internationale Skalierbarkeit unserer Plattformen Möglichkeiten. So sind wir mit unserem Dating & Video-Portfolio zwar schon heute geografisch breit diversifiziert, der Fokus liegt jedoch bislang auf den deutsch- und englischsprachigen Märkten in Europa und Nordamerika. Dabei tragen die Angebote der ParshipMeet Group maßgeblich dazu bei, Innovationen mittels eigener Technologien wie Livebox voranzutreiben. Diese Technologie bietet uns die Chance, auch künftig vom wachsenden Markt rund um die Creator Economy zu profitieren.

Teil unseres Portfoliomanagements sind ebenso Desinvestitionen: Haben bestimmte Geschäfte nicht mehr genug strategische Nähe, trennen wir uns von diesen und optimieren so unser Portfolio.

CHANCEN IN BEZUG AUF DIE DIGITALISIERUNG VON TV UND TV-WERBUNG

Globale Big Tech-Unternehmen wie Alphabet Inc. („Alphabet“)/Google oder auch Netflix Inc. („Netflix“) haben unter anderem aufgrund ihrer datenbasierten Geschäftsmodelle eine hohe Marktmacht. Dies gilt insbesondere auch für die Mediennutzung. Die ProSiebenSat.1 Group hat jedoch sehr frühzeitig begonnen, ihre TV-Angebote zu erweitern, crossmedial auszubauen und das eigene digitale Streaming-Angebot auf Freemium-Basis zu etablieren. Mit der vollständigen Übernahme von Joyn sind wir 2022 den nächsten Schritt gegangen, um den Ausbau von Joyn zur größten frei zugänglichen Plattform für Premium-Videoinhalte im deutschsprachigen Raum voranzutreiben. Dabei heben wir uns mit Joyn und unserem Fokus auf eigene, lokal produzierte Inhalte von den Angeboten globaler Streaming-Unternehmen ab. Gleichzeitig haben wir mit der vollständigen Übernahme die unternehmerische Flexibilität geschaffen, unsere Reichweite insbesondere bei jungen Zielgruppen zu erweitern und uns neue Möglichkeiten der Monetarisierung zu eröffnen. Treiber sind hier das immer größere Portfolio an konzerneigenen, innovativen und crossmedialen Produkten in einem markensicheren Umfeld. Dies gilt insbesondere für den Bereich Werbung.

Denn bei der Digitalisierung von TV-Werbung ist ProSiebenSat.1 Vorreiter und schafft durch vernetzte Angebote immer passgenauere Lösungen für Kunden. Dabei kombinieren wir konsequent die Vorteile des klassischen Fernsehens – wie etwa seine hohe Reichweite – mit den Vorteilen der digitalen Werbung wie etwa datenbasiertes Targeting. Ein Beispiel hierfür sind unsere unterschiedlichen Addressable-TV-Produkte, die eine zielgerichtete, kontextbezogene Aussteuerung von Werbung im TV ermöglichen. Die Nachfrage nach Addressable TV-Angeboten ist hoch und umfasste im Geschäftsjahr 2022 über 100 Kampagnen pro Monat. Ziel ist nun, diese starke Position kontinuierlich auszubauen.

Die Wachstumsperspektiven für digitale TV-Werbung wie Addressable TV ist groß, da die Nutzung von internetbasierten TV-Geräten kontinuierlich steigt. Gleichzeitig begegnet ProSiebenSat.1 der dynamisch steigenden Nachfrage nach innovativen Werbeprodukten mit neuen Technologien: Mit Total Video based on CFlight haben wir ein starkes Differenzierungsmerkmal in der Reichweitenmessung geschaffen, da es die hohen TV-Qualitätsstandards in die digitale Umgebung

übersetzt und die Vergleichbarkeit von TV- und Online-Video-Werbekontakten garantiert. Trotz einer zunehmend fragmentierten Mediennutzung ermöglicht Total Video based on CFlight unseren Kunden daher einen ganzheitlichen und transparenten Blick auf ihre Bewegtbild-Kampagnen. Einen weiteren Bereich, in den wir zuletzt stark investiert haben, ist Programmatic TV mit dem Ziel, den Prozess von der Buchung bis hin zur Ausspielung von linearen TV-Werbeflächen zu automatisieren. Über Programmatic TV können wir neue Kunden für das Medium TV gewinnen und die Relevanz von Fernsehen im intermedialen Vergleich weiter stärken.

Alle diese Innovationsprodukte, die wir unter dem Dach von Advanced TV bündeln, bergen großes Potenzial für uns als Gruppe. Bei einer erfolgreichen digitalen Transformation geht es nicht nur darum Werbeprodukte zu verkaufen, sondern Markenberater zu sein. ProSiebenSat.1 deckt die gesamte Wertschöpfungskette ab und kann – anders als ein reiner TV-Vermarkter – Content, Marketing und Technologie miteinander verbinden. Dies ist ein wichtiges Differenzierungsmerkmal zu klassischen Medienhäusern – genauso wie zu globalen Wettbewerbern.

PROGNOSEBERICHT

Die ProSiebenSat.1 Media SE hängt in ihrer weiteren Geschäftsentwicklung wesentlich von den Tochtergesellschaften des Konzerns ab, denn das Ergebnis der ProSiebenSat.1 Media SE wird zu einem wesentlichen Teil vom Beteiligungsergebnis und damit von den möglichen Ausschüttungen der Tochtergesellschaften bestimmt. Somit dienen die Prognose zu den wirtschaftlichen Entwicklungen des Konzerns als Annahmen der Prognose der ProSiebenSat.1 Media SE. Daher wird im Folgenden neben den zukünftigen Rahmenbedingungen auch auf die Entwicklung wesentlicher Kenngrößen im Konzern eingegangen.

GESAMTAUSSAGE AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG: PROGNOSE 2023

Den Großteil unseres Ergebnisses generieren wir nach wie vor im Werbemarkt innerhalb der DACH-Region. Dieser reagiert sehr sensitiv auf konjunkturelle Entwicklungen und insbesondere auf die Stimmung bzw. Ausgabenneigung der Verbraucher:innen. Die hohe Unsicherheit bezüglich der makroökonomischen Entwicklung wird sich im Geschäftsjahr 2023 fortsetzen. Aktuell gehen die Ökonom:innen von einer konjunkturellen Erholung in der DACH-Region in der zweiten Jahreshälfte 2023 aus. Diese Rahmenbedingungen und Annahmen haben wir in unserer Finanzprognose für das Geschäftsjahr 2023 berücksichtigt.

Zugleich ist die ProSiebenSat.1 Group für die Zukunft strategisch gut aufgestellt: Wir verfolgen eine klare Unternehmensstrategie, die die wichtigen Markttrends reflektiert. Vor allem die digitale Entwicklung prägt unser Geschäft und eröffnet uns Wachstumsoptionen.

Wir konzentrieren uns auf profitables Wachstum, wobei wir auch mit Kostenmaßnahmen gezielt auf die konjunkturelle Entwicklung reagieren. Gleichzeitig streben wir weiterhin eine verbesserte Rentabilität unseres Portfolios und damit mittelfristig einen P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) von über 15 Prozent an.

KÜNFTIGE WIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

KÜNFTIGE WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die globale Konjunkturdynamik hat sich im Jahresverlauf 2022 deutlich spürbar abgeschwächt: Der enorm hohe Inflationsdruck belastete nicht nur die Produktion, sondern beeinträchtigte auch die reale Kaufkraft privater Haushalte. Zugleich strafften viele Notenbanken ihre zuvor meist recht expansive Geldpolitik. Für viele Schwellen- und Entwicklungsländer, die ohnehin schon mit hoher Staatsverschuldung, schwachen Währungen und den Folgen des Klimawandels kämpfen, bedeutet dies erschwerte Finanzierungsbedingungen und sinkende Investitionen. Entsprechend verhalten sind die Wachstumsperspektiven für 2023.

Laut Prognosen des Internationalen Währungsfonds (IWF) vom April 2023 dürfte die **globale Wirtschaft** um plus 2,8 Prozent wachsen. Damit ist der für das Jahr 2023 prognostizierte Wert deutlich unter der Wachstumsrate des Vorjahres (Prognose: +3,4 %). Dabei soll die US-amerikanische Wirtschaft um real 1,6 Prozent expandieren, nach voraussichtlich plus 2,1 Prozent im Jahr 2022. In der – von der Energiekrise besonders stark geprägten – Eurozone wird für 2023 lediglich ein leichtes Wachstum um plus 0,8 Prozent erwartet (Prognose 2022: +3,5 %). Aufgehellt haben sich hingegen die Aussichten für China: Die Beendigung der COVID-19-Maßnahmen im Januar dürfte zu einer Normalisierung des Wirtschaftslebens beitragen. Dieser Prozess wird voraussichtlich von erhöhten staatlichen Ausgaben und einer expansiven Geldpolitik begleitet. Der IWF erwartet daher für China zu Jahresbeginn ein beschleunigtes Wachstum von 5,2 Prozent (Prognose 2022: +3,0 %).

ERWARTETE ENTWICKLUNG WICHTIGER KONJUNKTURINDIKATOREN
in Prozent, 2023p

	Deutschland[1]	Österreich[2]	Schweiz[3]	USA[4]
Bruttoinlandsprodukt	0,3	0,3	0,8	1,6
Privater Konsum	-0,2	1,3	1,5	1,5
Inflationsrate	6,0	7,1	2,4	4,5

1 Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2023.
2 WIFO Konjunkturprognose März 2023.
3 SECO Konjunkturprognose vom 16.03.2023, nicht Sportevent-bereinigt.
4 IMF WEO April 2023.

Deutschland könnte sich im Winterhalbjahr 2022/23 bereits in der Rezession befinden. Diese verläuft allerdings milder als noch im Frühherbst erwartet. Dennoch wird die Inflation zunächst hoch bleiben und die Kaufkraft der privaten Haushalte bis Mitte des Jahres 2023 deutlich mindern – mit entsprechend negativen Auswirkungen auf den privaten Konsum. Im weiteren Jahresverlauf dürfte der Preisdruck von Seiten der Energierohstoffe allmählich nachlassen, die Inflationsrate sinken. Hierzu sollten auch die staatlichen Unterstützungsmaßnahmen beitragen. Da der Arbeitsmarkt wohl weitgehend stabil bleibt und die Löhne voraussichtlich kräftig anziehen, dürften die realen Haushaltseinkommen und der private Konsum wieder zulegen.

Die Prognosen der Ökonom:innen divergieren teilweise deutlich, was die nach wie vor hohen Unsicherheiten reflektiert: Angesichts des schwachen Beginns liegt die Erwartung für den privaten Konsum auf Jahressicht zwischen minus 0,6 Prozent (ifo-Institut) und plus 0,2 Prozent

(Bundesbank). Die Wirtschaftsleistung dürfte sich zwischen real minus 0,7 Prozent (Bundesbank) und plus 0,3 Prozent (Gemeinschaftsdiagnose) entwickeln. Zugleich dürfte die Inflationsrate im Jahresdurchschnitt hoch bleiben, die Erwartungen liegen zwischen 5,4 Prozent (IfW) und 6,5 Prozent (IWH, Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle).

Prognosen sind per se mit Unsicherheiten behaftet, derzeit sind diese jedoch besonders hoch. Sie reichen von Turbulenzen im internationalen Bankensektor, über ein längeres Andauern der hohen Inflation bis zu möglichen Versorgungsengpässen bei Energie im kommenden Winter. Zudem könnten neue Virusvarianten auftreten und die Dynamik der COVID-19-Pandemie erneut beschleunigen. Hinzukommen die hohen geopolitischen Spannungen, nicht zuletzt im Zusammenhang mit dem Russland-/Ukraine-Krieg.

KÜNFTIGE BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Der **Entertainment**-Markt dürfte laut der Studie „German Entertainment & Media Outlook 2022-2026“ der PricewaterhouseCoopers GmbH („PricewaterhouseCoopers“) 2023 ein Volumen von insgesamt 43,6 Mrd Euro erreichen (+2,3 % im Vergleich zum Vorjahr), davon sind 12,5 Mrd Euro (2022: 11,6 Mrd Euro) Ausgaben für digitale Entertainment-Angebote. Im Prognosezeitraum bis 2026 dürfte der digitale Entertainment-Markt jährlich um 5,8 Prozent wachsen, wobei unter anderem für den Streaming-Sektor ein sehr dynamisches Wachstum erwartet wird. Auf die weitere Entwicklung der Ausgaben für Entertainment-Angebote werden – neben strukturellen Entwicklungen im Zuge der Digitalisierung – makroökonomische Indikatoren einen starken Einfluss haben. Dies gilt auch für die gesamte Werbebranche.

So hat sich die Stimmungslage der Mitglieder des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) eingetrübt, vor allem angesichts der geopolitischen Unsicherheiten. Die Situation dürfte aufgrund der aktuellen Konjunkturprognosen in der ersten Jahreshälfte angespannt bleiben. Die Branche habe laut ZAW aber auch gezeigt, wie schnell sich die Buchungslage verändern kann, wenn eine konjunkturelle Erholung eintritt, so dass für die zweite Jahreshälfte eine Entspannung möglich sei. Auf Jahressicht wird daher zumindest eine stabile Entwicklung gegenüber dem Vorjahr erwartet. Im vergangenen Jahr 2022 hat die Werbewirtschaft laut vorläufiger ZAW-Daten erstmals wieder das Vorkrisenniveau vor Beginn der COVID-19-Pandemie übertroffen. Endgültige Zahlen werden im Mai 2023 veröffentlicht.

Die bestehenden konjunkturellen Unsicherheiten zeigen sich auch in den Prognosen weiterer Media-Agenturen, die dabei deutlich voneinander abweichen: Für die gesamten Werbeausgaben prognostizieren Magna Global und ZenithOptimedia für 2023 einen Anstieg von 1,6 Prozent bzw. 2,9 Prozent netto. Dieses Wachstum ist – wie im Jahr 2022 – von der Entwicklung im Online-Markt gekennzeichnet. So dürfte dieser zwischen 4,2 Prozent (Magna) und 8,0 Prozent (ZenithOptimedia) wachsen, während sich die Werbeinvestitionen in TV mit minus 5,1 Prozent (Magna) bzw. minus 3,0 Prozent (ZenithOptimedia) erneut rückläufig entwickeln dürften.

Diese Implikationen haben wir in unserer Finanzplanung berücksichtigt, wobei wir im Segment **Entertainment** unser Umsatzportfolio konsequent diversifizieren und so auf Veränderungen des Mediennutzungsverhaltens reagieren. Mit innovativen Advanced TV-Werbeprodukten treiben wir die digitale Transformation voran und machen unsere Werbeprodukte „smarter“. Denn je passgenauer Werbung ist, desto höher der Mehrwert für unsere Werbekunden wie auch unsere Zuschauer:innen. Dazu verknüpfen wir die Vorteile der digitalen Welt – wie etwa datenbasierte Ausspielungsmöglichkeiten – mit unserer hohen Reichweite im TV.

Die digitalen Entwicklungen prägen unser Geschäft. Dabei hat die COVID-19-Pandemie die Nutzung von Online-Angeboten in vielen Bereichen verstärkt: Digitale Kanäle sind zum alltäglichen Kommunikationsmittel geworden und helfen, soziale Interaktionen aufzubauen oder zu vertiefen. Hiervon profitieren auch die Angebote im **Dating & Video**-Segment.

Das Potenzial ist hoch – die Dynamik dürfte allerdings unter anderem stark davon abhängen, wie sich der Russland-/Ukraine-Krieg und die damit einhergehenden wirtschaftlichen Auswirkungen wie eine hohe Inflation auf das Konsumverhalten der Verbraucher:innen in den verschiedenen Märkten auswirkt. Vor diesem Hintergrund gehen die Prognosen auch hier deutlich auseinander. Zu Jahresbeginn 2022 haben wir – auf Basis einer externen Marktstudie von OC&C Strategy Consultants – geschätzt, dass das Gesamtvolumen der für unser Segment Dating & Video relevanten Märkte bis 2026 jährlich im niedrigen zweistelligen Prozentbereich zulegen kann.

Darüber hinaus arbeitet die ParshipMeet Group weiter daran, die Profile ihrer verschiedenen Marken zu schärfen. Das bekannteste Beispiel ist die Healthy-Dating-Kampagne von Parship mit dem Ziel, wertschätzende Erlebnisse zu schaffen. Dazu haben wir zentrale Bedürfnisse von Kund:innen identifiziert, die für ein positives, „gesünderes" Dating-Erlebnis besonders relevant sind, und über die Weiterentwicklung von Parship einen neuen Qualitätsstandard gesetzt.

Das Momentum ist derzeit zudem günstig, das Netzwerk unserer Livebox-Kunden zu erweitern: Mit der Livestreaming-Technologie Livebox (ehemals: vPaaS – video-Platform-as-a-Service) profitieren Kunden von vielfältigen Services – von der Technologie über die Betreuung der Streamer:innen bis hin zur Moderation von Livestreams. Denn gerade in wirtschaftlich volatilen Zeiten steigt die Bereitschaft von Unternehmen, auf bereits bestehende und erprobte Technologie und Expertise zurückzugreifen und so Kosten für eine aufwändige Eigenentwicklung zu sparen. Dieser Trend zeigt sich sowohl bei Unternehmen innerhalb als auch außerhalb der Online-Dating-Industrie.

Die Wachstumsperspektiven für das Segment **Commerce & Ventures** werden als Folge des Russland-/Ukraine-Krieges durch eine anhaltend hohe Inflation und die damit einhergehende Konsumzurückhaltung beeinflusst. Insbesondere das Online-Vergleichsportal Verivox ist sehr direkt mit den Auswirkungen des Krieges auf den Energiemarkt konfrontiert. Es bleibt abzuwarten, wie und vor allem wie schnell sich die von der Bundesregierung verabschiedeten Entlastungspakete auf die für das Geschäftsmodell von Verivox wichtige Wechseldynamik auswirken.

Auch für den E-Commerce-Sektor ist die Visibilität angesichts der makroökonomischen Entwicklung mit Unsicherheiten behaftet. Nachdem der Online-Handel in den Jahren 2020 und 2021 einer der größten Profiteure der COVID-19-Pandemie war, fiel die E-Commerce-Entwicklung laut der IFH Köln GmbH („IFH Köln") im Jahr 2022 im Vergleich zu den Vorjahren gebremst aus. Dennoch dürfte Online-Shopping weiter an Bedeutung gewinnen und für alle Altersgruppen immer wichtiger werden: Verglichen mit 2019 – der Berichtsperiode vor dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie – hat sich der Umsatz im Online-Handel auf einem hohen Niveau stabilisiert. Bis 2026 dürfte der deutsche E-Commerce-Markt im Mittel ein Volumen von 130 Mrd Euro erreichen. Das durchschnittliche jährliche Wachstum von 2022 bis 2026 würde damit 6,8 Prozent betragen, der Anteil des Online-Handels am Einzelhandel soll bis 2026 auf 16,2 Prozent steigen (2022: 13,5 %).

UNTERNEHMENSAUSBLICK

Prognose der ProSiebenSat.1 Media SE

Als Obergesellschaft des Konzerns vereinnahmt die ProSiebenSat.1 Media SE die Ergebnisse der wesentlichen deutschen Tochterunternehmen über Ergebnisabführungsverträge und Ausschüttungen. Die wirtschaftliche Lage der ProSiebenSat.1 Media SE ist insbesondere durch dieses Beteiligungsergebnis und damit wesentlich durch die Geschäftsentwicklung des gesamten ProSiebenSat.1 Konzerns geprägt. Basierend auf der nachfolgend dargestellten Prognose zur Entwicklung des Konzerns gehen wir im Geschäftsjahr 2023 von stabilen Erträgen aus Ergebnisabführungen – bei denen Ergebniseffekte aus der Bewertung von Beteiligungen nicht berücksichtigt sind, da diese nicht vorhersehbar sind – aus. Der handelsrechtliche Jahresüberschuss wird sich dadurch - im Vergleich zu einem um Ergebniseffekte aus der Bewertung von Beteiligungen bereinigtem Vorjahres-Ergebnis – auf Vorjahres-Niveau bewegen.

Prognose des ProSiebenSat.1 Konzerns

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt eine klare Strategie, die auf nachhaltiges und profitables Wachstum ausgerichtet ist. Aktuell ist die makroökonomische Entwicklung in den Kernmärkten der Gruppe auch im Geschäftsjahr 2023, vor allem vor dem Hintergrund des Russland-/Ukraine-Krieges und seiner Folgen, weiter mit Unsicherheiten behaftet. ProSiebenSat.1 erwartet auf Basis der verfügbaren makroökonomischen Parameter, dass das wirtschaftliche Umfeld in der DACH-Region für den Konzern – trotz der jüngst leicht verbesserten makroökonomischen Daten – insbesondere im ersten Halbjahr 2023 angesichts der weiterhin hohen Inflation und der damit einhergehenden Konsumzurückhaltung herausfordernd bleibt. Für das zweite Halbjahr 2023 rechnet die ProSiebenSat.1 Group auf Basis der aktuellen Daten der Wirtschaftsinstitute mit einer konjunkturellen Erholung in der DACH-Region.

Unserer Prognose[4] für das Geschäftsjahr 2023 legen wir daher die Annahme zugrunde, dass das Geschäft von ProSiebenSat.1 – und hierbei insbesondere das hochmargige Werbegeschäft – im ersten Halbjahr stark durch das eingetrübte gesamtwirtschaftliche Umfeld belastet sein wird. Als frühzyklisches Unternehmen dürften wir jedoch auch von der prognostizierten Erholung in der zweiten Jahreshälfte 2023 profitieren, da vor allem unsere Werbeerlöse eng mit der makroökonomischen Entwicklung korrelieren. Beeinträchtigungen des Geschäfts, die unter anderem aufgrund weiter eskalierender geopolitischer Spannungen entstehen könnten, sind in dieser Prognose nicht reflektiert.

Auf dieser Grundlage rechnet die ProSiebenSat.1 Group – ohne weitere Portfolioveränderungen – mit folgenden Ergebnissen für das Geschäftsjahr 2023:

Umsatz

ProSiebenSat.1 strebt 2023 eine stabile Umsatzentwicklung an und erwartet einen **Umsatz** von rund 4,10 Mrd Euro mit einer Varianz von plus/minus 150 Mio Euro. Bereinigt um Währungseffekte sowie um die im Geschäftsjahr 2022 erfolgten Portfolioveränderungen, also etwa den Verkauf des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios sowie der vollständigen Übernahme der Streaming-Plattform Joyn, strebt ProSiebenSat.1 einen Umsatzanstieg im niedrigen einstelligen

4 Der US-Dollar ist für die ProSiebenSat.1 Group neben dem Euro die wesentliche Währung. Der Konzern erwartet 2023 einen US-Dollar-Anteil am Konzernumsatz von ca. 16 Prozent bzw. am adjusted EBITDA von ca. 14 Prozent. Eine über das gesamte Geschäftsjahr durchschnittliche Stärkung oder Schwächung des US-Dollars im Verhältnis zum Euro um 1 Cent beeinflusst entsprechend die Umsatzerlöse des Konzerns um ca. 6 Mio Euro und das adjusted EBITDA um ca. 1 Mio Euro. Für die Prognose aller beschriebener Kennzahlen legt der Konzern einen US-Dollarkurs im Verhältnis zum Euro von 1,05 US-Dollar im Geschäftsjahr 2023 zugrunde.

Prozentbereich an. Der entsprechende Vorjahreswert lag währungs- und portfoliobereinigt bei 4,02 Mrd Euro[5].

Das Umsatzziel wird besonders von der Entwicklung der Entertainment-Werbeerlöse in der DACH-Region geprägt: Beim Erreichen des Mittelwerts der Zielbandbreite erwartet der Konzern im Gesamtjahr einen Rückgang der Entertainment-Werbeerlöse in der DACH-Region um rund minus 2 Prozent. Für die darin enthaltenen TV-Werbeerlöse rechnet ProSiebenSat.1 hierbei auf Gesamtjahressicht mit einem Rückgang im mittleren einstelligen Prozentbereich. Dieser soll teilweise durch ein starkes Wachstum des Digital-Portfolios kompensiert werden. Unterjährig geht der Konzern von einer zweigeteilten Werbeerlös-Entwicklung aus: Im ersten Halbjahr 2023 rechnet ProSiebenSat.1 mit einem im Vergleich zum Vorjahr prozentual niedrig zweistelligen Umsatzrückgang der TV-Werbeerlöse. Für das zweite Halbjahr erwartet ProSiebenSat.1 – parallel zur prognostizierten konjunkturellen Entwicklung – dagegen eine deutliche Erholung des wichtigen Werbegeschäfts.

Ergebnisentwicklung und Cashflow

Vor dem Hintergrund der 2022 erfolgten Portfolioveränderungen sowie des erwarteten Rückgangs hochmargiger TV-Werbeerlöse rechnet die Gruppe für das Gesamtjahr 2023 mit einem **adjusted EBITDA** von rund 600 Mio Euro mit einer Varianz von plus/minus 50 Mio Euro (währungs- und portfoliobereinigter Vorjahreswert: 623 Mio Euro[6]). In dieser Erwartung sind negative Konsolidierungseffekte in Höhe eines mittleren zweistelligen Millionen-Euro-Betrags aus der vollständigen Übernahme der Streaming-Plattform Joyn enthalten. Ebenfalls reflektiert sind hier auch gegenläufige, für 2023 anteilig wirksame Effekte aus einem zu Jahresbeginn angestoßenen Kostenreduktionsprogramm des Konzerns. ProSiebenSat.1 geht davon aus, dass sich das adjusted EBITDA unterjährig – dem Umsatz folgend – zweigeteilt entwickelt: Erheblichen Ergebnis-Belastungen im adjusted EBITDA im ersten Halbjahr 2023 stehen deutliche Aufholeffekte im zweiten Halbjahr gegenüber.

Die gesamten Programmkosten der Gruppe werden 2023 bei ca. 1 Mrd Euro (Vorjahr: 1,029 Mrd Euro) liegen. Dies berücksichtigt auch Programmkosten aus der Vollkonsolidierung von Joyn. Ein wesentlicher Teil der Gesamtprogrammkosten soll weiter auf lokale Inhalte entfallen, die auch der Streaming-Plattform Joyn zugutekommen.

Das **adjusted net income** von ProSiebenSat.1 wird maßgeblich durch die Entwicklung des adjusted EBITDA bestimmt. Daneben wird diese Kenngröße durch das Finanzergebnis sowie durch die Ertragsteuern beeinflusst. Für das Gesamtjahr 2023 erwartet der Konzern auf dieser Basis, dass das adjusted net income in einem mittleren zweistelligen Millionen-Euro-Betrag unter dem Vorjahresniveau von 301 Mio Euro liegen wird.

Der **adjusted Operating Free Cashflow ist** die relevante Cashflow-Steuerungsgröße des Konzerns und orientiert sich an der Entwicklung des adjusted EBITDA. Entsprechend geht ProSiebenSat.1 davon aus, dass sich der adjusted Operating Free Cashflow für das Gesamtjahr 2023 – aus Vergleichbarkeitsgründen korrigiert um die Veränderung der Investitionen für den Bau des neuen Campus am Standort Unterföhring – in einem niedrigen dreistelligen Millionen-Euro-Betrag unter dem Vorjahreswert von 492 Mio Euro bewegen wird.

5 Basierend auf den Umsatzerlösen des Geschäftsjahres 2022 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2023 nach Abzug der Umsatzerlöse der in 2022 entkonsolidierten Gesellschaften, insbesondere des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios in Höhe von 135 Mio Euro. Der Umsatzbeitrag insbesondere der seit November 2022 vollkonsolidierten Joyn GmbH wurde für die Monate Januar bis Oktober 2022 proformiert. Daraus ergibt sich eine Veränderung des externen Umsatzes der Gruppe um minus 4 Mio Euro.
6 Basierend auf dem adjusted EBITDA des Geschäftsjahres 2022 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2023 nach Abzug des adjusted EBITDA der in 2022 entkonsolidierten Gesellschaften, insbesondere des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios in einem nicht wesentlichen Betrag. Der adjusted EBITDA-Beitrag insbesondere der seit November 2022 vollkonsolidierten Joyn GmbH wurde für die Monate Januar bis Oktober 2022 proformiert. Daraus ergibt sich eine Veränderung des adjusted EBITDA der Gruppe um minus 55 Mio Euro.

Kapitaleffizienz

Den mittelfristigen finanziellen Erfolg des Unternehmens misst ProSiebenSat.1 anhand der Kennzahl **P7S1 ROCE** (Return on Capital Employed). Aufgrund des erwarteten adjusted EBITDA-Rückgangs geht die Gruppe im Geschäftsjahr 2023 von einem P7S1 ROCE leicht unter dem Niveau des Vorjahres von 12,4 Prozent aus.

Kapitalstruktur

Für den **Verschuldungsgrad** (Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum LTM adjusted EBITDA des Konzerns) strebt ProSiebenSat.1 grundsätzlich eine Bandbreite von 1,5x bis 2,5x zum jeweiligen Jahresende an.

Zum Jahresende 2023 rechnet der Konzern aufgrund des erwarteten adjusted EBITDA-Rückgangs im Gesamtjahr jedoch damit, dass – beim Erreichen des Mittelwerts der adjusted EBITDA-Prognose – der Verschuldungsgrad zwischen 2,5x und 3x liegen wird (Vorjahr: 2,4x). Aufgrund der stärkeren Belastung des adjusted EBITDA im ersten und zweiten Quartal wird der Verschuldungsgrad dabei in der ersten Jahreshälfte deutlicher über dem für das Jahresende 2023 erwarteten Wert liegen.

Änderung der Dividendenpolitik

ProSiebenSat.1 legt den Fokus darauf, die Position des Konzerns als eines der führenden, digitalen Medienhäuser in der DACH-Region auf Basis einer soliden finanziellen Aufstellung auszubauen. Vor diesem Hintergrund passt ProSiebenSat.1 die Dividendenpolitik an: Bei der Bemessung von Ausschüttungen an die Aktionär:innen berücksichtigt der Konzern neben dem allgemeinen wirtschaftlichen Umfeld und dem bereinigten Konzernjahresüberschuss (adjusted net income) als Bezugsgröße für das Ausschüttungsvolumen nunmehr mit besonderem Fokus ein angemessenes Niveau des Verschuldungsgrads. Darüber hinaus beachtet ProSiebenSat.1 dabei ebenso die Erfordernisse zu Investitionen in das operative Geschäft, einschließlich zur Umsetzung strategischer Wachstumsoptionen, insbesondere im Kerngeschäft Entertainment.

Die Bezugsgröße für Dividendenzahlungen bleibt der bereinigte Konzernjahresüberschuss (adjusted net income). Hierbei strebt der Konzern – unter Berücksichtigung der vorgenannten Kriterien – künftig grundsätzlich an, 25 bis 50 Prozent des adjusted net income auszuschütten (zuvor: 50 % des adjusted net income). Als Orientierungsgröße für die Einhaltung eines angemessenen Niveaus des Verschuldungsgrads (Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate des Konzerns) gilt dabei bis auf weiteres das obere Ende unseres angestrebten Zielkorridors von 1,5x bis 2,5x, wobei wichtige strategische Investitionen zu einer temporären Anpassung des Zielkorridors führen können.

Bedeutsamste nichtfinanzielle Kennzahl

Die Entwicklung der **Zuschauermarktanteile** ist der bedeutsamste nichtfinanzielle Leistungsindikator der ProSiebenSat.1 Group. Für das Geschäftsjahr 2023 geht der Konzern davon aus, seine führende Position bei den Zuschauermarktanteilen in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen bestätigen zu können.

Dividendenvorschlag

Unter Berücksichtigung der zuvor beschriebenen angepassten Kriterien für Ausschüttungen an die Aktionär:innen und angesichts der durch den Russland-/Ukraine-Krieg bzw. das konjunkturelle Umfeld absehbar weiter belasteten Geschäftsentwicklung des Konzerns schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung 2023 vor, eine deutlich reduzierte Dividende in Höhe von 0,05 Euro je Aktie an die dividendenberechtigten Inhaber:innen für das Geschäftsjahr 2022 auszuschütten (Vorjahr: 0,80 Euro). Dies entspricht einer erwarteten Gesamtzahlung von rund 11 Mio Euro. Dieser reduzierte Vorschlag berücksichtigt insbesondere, dass – gemäß Prognose des

Konzerns für das Geschäftsjahr 2023 – der Verschuldungsgrad des Konzerns zum Ende des Geschäftsjahres 2023 über dem oberen Ende des angestrebten Zielkorridors liegen wird. Die Zahlung der vorgeschlagenen Dividende ist abhängig von der Zustimmung der Hauptversammlung.

DIVIDENDENVORSCHLAG

Adjusted net income in Mio Euro	301
Anzahl ausstehender Aktien[1]	233.000.000
Anzahl eigener Aktien[1]	6.514.679
Anzahl dividendenberechtigter Aktien[1]	226.485.321
Dividendenvorschlag in Euro	0,05
Ausschüttung in Mio Euro	11
Ausschüttungsquote in Prozent	4

1 Zum Stichtag 31.12.2022.

Vorausschauende Aussagen

Prognosen basieren auf aktuellen Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen. Wir stützen uns dabei auf unsere Budgetplanung sowie umfassende Markt- und Wettbewerbsanalysen. Die prognostizierten Werte werden in Übereinstimmung mit den im Konzernabschluss angewendeten Rechnungslegungsgrundsätzen und in Konsistenz mit den im Konzernlagebericht beschriebenen Bereinigungen ermittelt. Prognosen sind naturgemäß jedoch mit gewissen Unsicherheiten verbunden, die zu positiven oder negativen Planabweichungen führen können. Sollten Unwägbarkeiten eintreten oder die den vorausschauenden Aussagen zugrundeliegenden Prämissen nicht weiter zutreffen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den getroffenen Aussagen oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Entwicklungen, die diese Prognose belasten könnten, sind zum Beispiel eine veränderte Konjunkturentwicklung als zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts erwartet. Diese und weitere Faktoren werden ausführlich im Risiko- und Chancenbericht erläutert. Dort berichten wir auch über zusätzliche Wachstumspotenziale; Chancen, die wir bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert haben, könnten sich etwa aus unternehmensstrategischen Entscheidungen ergeben. Risikopotenziale werden systematisch und regelmäßig im Rahmen des konzernweiten Risikomanagementprozesses erfasst.

ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist als börsennotierte Gesellschaft, deren stimmberechtigte Aktien an einem organisierten Markt im Sinne des § 2 Abs. 7 WpÜG notiert sind, verpflichtet, in den Lagebericht die in § 289a Satz 1 HGB näher bezeichneten Angaben aufzunehmen. Sie sollen einen Dritten, der an der Übernahme einer börsennotierten Gesellschaft interessiert ist, in die Lage versetzen, sich ein Bild von der Gesellschaft, ihrer Struktur und etwaigen Übernahmehindernissen zu machen. Der nachfolgende Abschnitt enthält neben diesen gesetzlich vorgeschriebenen Angaben zugleich die hierauf bezogenen Erläuterungen gemäß § 176 Abs. 1 Satz 1 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO.

ZUSAMMENSETZUNG DES GEZEICHNETEN KAPITALS

Zum 31. Dezember 2022 betrug das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE 233.000.000 Euro. Es ist eingeteilt in 233.000.000 auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von 1,00 Euro je Aktie. Mit allen Aktien sind die gleichen Rechte und Pflichten verbunden. Jede Aktie an der ProSiebenSat.1 Media SE gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme und den gleichen Anteil am Gewinn.

Zum 31. Dezember 2022 betrug die Gesamtzahl eigener Aktien der Gesellschaft 6.514.679 Stück; dies entspricht einem Anteil von 2,8 Prozent am Grundkapital.

BESCHRÄNKUNGEN, DIE STIMMRECHTE ODER DIE ÜBERTRAGUNG VON AKTIEN BETREFFEN, UND BETEILIGUNGEN AM KAPITAL, DIE 10 PROZENT DER STIMMRECHTE ÜBERSCHREITEN

Dem Vorstand liegen keine Informationen über etwaige Beschränkungen der Stimmrechtsausübung oder hinsichtlich der Übertragbarkeit der Aktien vor, die über die allgemeinen regulatorischen Vorgaben, insbesondere des Kapitalmarktrechts und des Kartellrechts sowie der Mediengesetzgebung der Länder, hinausgehen.

Geplante Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen oder sonstigen Einflüssen müssen gemäß § 63 Satz 1 MStV bei der zuständigen Landesmedienanstalt vor ihrem Vollzug schriftlich angemeldet werden: Veränderungen dürfen nur dann von der zuständigen Landesmedienanstalt als unbedenklich bestätigt werden, wenn auch unter den veränderten Voraussetzungen eine Zulassung erteilt werden kann. Wird eine geplante Veränderung vollzogen, die nicht nach § 63 Satz 3 MStV als unbedenklich bestätigt wurde, ist die für den Betrieb bundesweiter TV-Sender gemäß § 52 MStV notwendige Zulassung zu widerrufen.

Geprüft werden das Vorliegen einer unzulässigen Beteiligung in- oder ausländischer staatlicher Stellen, deren gesetzlicher Vertreter oder politische Parteien sowie die Einhaltung der Regelungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im Rundfunk (§§ 53 und 60 ff. MStV).

Für geringfügige Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen oder sonstigen Einflüssen hat das für die Landesmedienanstalten in dieser Sache gemäß § 105 Abs. 3 MStV zuständige Organ, die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich („KEK“), Ausnahmen vorgesehen: Gemäß § 2 i. V. m. § 3 Meldepflicht-Richtlinie der KEK sind Änderungen von

Beteiligungsverhältnissen geringfügig, wenn sie durch Erwerb, Veräußerung oder auf sonstige Weise mit weniger als 5 Prozent des Kapitals oder der Stimmrechte bewirkt werden.

Etwas anderes gilt für den Fall, dass (1) die Beteiligungsschwellen von 25 Prozent, 50 Prozent oder 75 Prozent erreicht, überschritten oder unterschritten werden, (2) eine Erhöhung oder Verringerung einer zuletzt angemeldeten Beteiligung um wenigstens 5 Prozent durch ein oder mehrere aufeinanderfolgende Geschäfte bewirkt wird, oder (3) eine Beteiligung an einer börsennotierten Aktiengesellschaft 5 Prozent erreicht oder überschreitet, und eine Überschreitung dieser Schwelle nicht bereits innerhalb eines vorausgehenden Zeitraums von 12 Monaten Gegenstand einer Anmeldung war (vgl. § 5 Meldepflicht-Richtlinie).

Die Bundesländer beabsichtigen, das Medienkonzentrationsrecht zu reformieren. In der Rundfunkkommission der Länder existiert eine Arbeitsgruppe, die Vorschläge für eine Anpassung des Medienstaatsvertrages erarbeitet. Ziel ist das pluralistische Mediensystem weiter zu stärken.

Darüber hinaus traten am 1. April 2022 Änderungen des Bayerischen Mediengesetzes in Kraft. Die Neuregelung erweitert den Katalog der Kriterien, die die Bayerische Landeszentrale für neue Medien („BLM“) bei Veränderungen der Beteiligungsverhältnisse eines von der BLM beaufsichtigten Rundfunkanbieters berücksichtigen muss. Die BLM prüft bei geplanten Beteiligungsänderungen von Amts wegen, ob sich durch die zu ändernden Verhältnisse das Informationsgefüge in Bayern wesentlich verändert. Darüber hinaus kann die BLM Maßnahmen zur Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht und zur Sicherung von Meinungs- und Informationsvielfalt ergreifen.

Auf Grundlage der der Gesellschaft bis zum 31. Dezember 2022 zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 33 und 34 WpHG bestehen folgende Beteilungen am Kapital der Gesellschaft, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten:

Ausweislich der uns am 2. November 2022 zugegangenen Stimmrechtsmitteilung hält die MFE-MEDIAFOREUROPE N.V., Amsterdam, Niederlande („MFE“), teilweise direkt und teilweise indirekt über die Mediaset España Comunicación, S.A., Madrid, Spanien („Mediaset España Comunicación“), eine Beteiligung in Höhe von 22,72 Prozent der Anteile mit Stimmrechten.

Aus ihrer direkten bzw. indirekten Beteiligung an der MFE und an der Mediaset España Comunicación wird der Finanziaria d'investimento Fininvest S.p.A., Mailand, Italien („Finanziaria d'investimento Fininvest“), eine indirekte Beteiligung i.S. des § 34 WpHG in Höhe von 22,72 Prozent der Anteile mit Stimmrechten zugerechnet.

Aus seiner direkten bzw. indirekten Beteiligung an der Finanziaria d'investimento Fininvest, an der MFE und an der Mediaset España Comunicación wird wiederum Silvio Berlusconi eine indirekte Beteiligung in Höhe von 22,72 Prozent der Anteile mit Stimmrechten zugerechnet.

Zusätzlich hält Silvio Berlusconi indirekt über die vorgenannten Gesellschaften Instrumente i.S. des § 38 Abs. 1 WpHG in Höhe von 6,29 Prozent der Stimmrechtsanteile.

AKTIEN MIT SONDERRECHTEN, DIE KONTROLLBEFUGNISSE VERLEIHEN, UND STIMMRECHTSKONTROLLE, WENN ARBEITNEHMER:INNEN AM KAPITAL BETEILIGT SIND

Es wurden keine Aktien mit Sonderrechten ausgegeben, die Kontrollbefugnisse verleihen.

Es besteht keine Stimmrechtskontrolle für den Fall, dass Arbeitnehmer:innen am Kapital der ProSiebenSat.1 Media SE beteiligt sind und ihre Kontrollrechte nicht unmittelbar ausüben.

ERNENNUNG UND ABBERUFUNG VON VORSTANDSMITGLIEDERN

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE besteht gemäß § 7 Abs. 1 Satz 1 der Satzung der Gesellschaft aus einer oder mehreren Personen; die genaue Zahl wird gemäß § 7 Abs. 1 Satz 2 der Satzung durch den Aufsichtsrat bestimmt. Die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands erfolgt gemäß Art. 39 Abs. 2 SE-VO grundsätzlich durch den Aufsichtsrat als Aufsichtsorgan. Gemäß § 7 Abs. 2 Satz 1 der Satzung i. V. m. Art. 46 SE-VO werden Vorstandsmitglieder für einen Zeitraum von höchstens fünf Jahren bestellt; Wiederbestellungen, jeweils für höchstens fünf Jahre, sind zulässig. Vorstandsmitglieder können vom Aufsichtsrat vorzeitig abberufen werden, wenn hierfür ein wichtiger Grund vorliegt. Für die Bestellung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern ist die einfache Mehrheit der abgegebenen Stimmen im Aufsichtsrat erforderlich; bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Vorsitzenden des Aufsichtsrats (§ 12 Abs. 1 Satz 3 der Satzung der Gesellschaft). Fehlt ein erforderliches Vorstandsmitglied, so hat in dringenden Fällen das Gericht auf Antrag eines Beteiligten ein Mitglied zu bestellen (§ 85 Abs. 1 Satz 1 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO).

ÄNDERUNG DER SATZUNG

Über Änderungen der Satzung hat grundsätzlich die Hauptversammlung zu beschließen (Art. 59 Abs. 1 SE-VO). Ein satzungsändernder Beschluss der Hauptversammlung bedarf im Fall der ProSiebenSat.1 Media SE der einfachen Mehrheit der abgegebenen Stimmen, sofern mindestens die Hälfte des stimmberechtigten Grundkapitals bei der Beschlussfassung vertreten ist (Art. 59 Abs. 2 SE-VO, § 51 Satz 1 SEAG), andernfalls einer Mehrheit von zwei Dritteln der abgegebenen Stimmen (Art. 59 Abs. 1 SE-VO), soweit nicht die Satzung oder das Gesetz zwingend eine größere Mehrheit vorschreibt. Dies ist zum Beispiel bei der Änderung des Gegenstands des Unternehmens (§ 179 Abs. 2 Satz 1 AktG i. V. m. Art. 59 Abs. 1 und 2 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) sowie der Schaffung bedingten Kapitals (§ 193 Abs. 1 Satz 1 und 2 AktG i. V. m. Art. 57 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) oder genehmigten Kapitals (§ 202 Abs. 2 Satz 2 und 3 AktG i. V. m. Art. 57 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) der Fall, wofür jeweils eine Mehrheit von mindestens drei Vierteln der gültig abgegebenen Stimmen erforderlich ist. Der Aufsichtsrat ist berechtigt, Änderungen der Satzung, die nur die Fassung betreffen, zu beschließen (§ 179 Abs. 1 Satz 2 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO, § 13 der Satzung der Gesellschaft).

BEFUGNISSE DES VORSTANDS, AKTIEN AUSZUGEBEN ODER ZURÜCKZUKAUFEN

Die Hauptversammlung vom 12. Juni 2019 hat die Gesellschaft gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 11. Juni 2024 (einschließlich) eigene Aktien der Gesellschaft im Umfang von insgesamt bis zu 10,0 Prozent des zum Zeitpunkt der Erteilung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung zu erwerben und diese, in den in der Ermächtigung näher bezeichneten Fällen auch unter Ausschluss des Bezugsrechts, zu verwenden. Der Erwerb eigener Aktien kann dabei im Umfang von insgesamt bis zu 5,0 Prozent des zum Zeitpunkt der Erteilung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung auch unter Einsatz von Derivaten erfolgen. Im Geschäftsjahr 2022 wurden keine eigenen Aktien erworben.

Der Vorstand wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE bis zum 31. Mai 2026 (einschließlich) gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu 46.600.000 Euro durch Ausgabe neuer auf den Namen lautender Stückaktien zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2021). Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats den weiteren Inhalt der Aktienrechte und die Bedingungen der Aktienausgabe festzulegen. Dabei kann

die Gewinnberechtigung der neuen Aktien auch abweichend von § 60 Abs. 2 AktG ausgestaltet werden; die neuen Aktien können insbesondere auch mit Gewinnberechtigung ab Beginn des ihrer Ausgabe vorangehenden Geschäftsjahres ausgestattet werden, wenn im Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien ein Gewinnverwendungsbeschluss der Hauptversammlung über den Gewinn dieses Geschäftsjahres noch nicht gefasst worden ist. Den Aktionär:innen ist grundsätzlich das gesetzliche Bezugsrecht auf die neuen Aktien zu gewähren. Das Bezugsrecht kann dabei auch ganz oder teilweise als mittelbares Bezugsrecht im Sinne von § 186 Abs. 5 Satz 1 AktG ausgestaltet werden. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionär:innen nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung auszuschließen, soweit die auf Grundlage des Genehmigten Kapitals 2021 unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionär:innen ausgegebenen Aktien insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals nicht überschreiten, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch im Zeitpunkt der Ausnutzung der Ermächtigung zum Bezugsrechtsausschluss.

Der Vorstand wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 31. Mai 2026 (einschließlich) einmalig oder mehrmals auf den Inhaber und/oder auf den Namen lautende Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 800.000.000 Euro mit einer befristeten oder unbefristeten Laufzeit zu begeben und den Inhabern bzw. Gläubigern von Schuldverschreibungen Wandlungs- oder Optionsrechte zum Bezug von insgesamt bis zu 23.300.000 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 23.300.000 Euro nach näherer Maßgabe der Wandel- bzw. Optionsanleihebedingungen zu gewähren und/oder für die Gesellschaft entsprechende Wandlungsrechte vorzusehen.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 wurde das Grundkapital um insgesamt bis zu 23.300.000 Euro durch Ausgabe von insgesamt bis zu 23.300.000 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2021). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an Inhaber:innen bzw. Gläubiger:innen von Wandelschuldverschreibungen sowie an Inhaber:innen von Optionsrechten aus Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund Ermächtigung gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 bis zum 31. Mai 2026 (einschließlich) von der Gesellschaft oder einem in- oder ausländischen Unternehmen, an dem die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mit der Mehrheit der Stimmen und des Kapitals beteiligt ist, ausgegeben werden.

WESENTLICHE VEREINBARUNGEN DER GESELLSCHAFT, DIE UNTER DER BEDINGUNG EINES KONTROLLWECHSELS STEHEN, GEMÄß § 289a Abs. 1 SATZ 1 NR. 8 HGB

Die ProSiebenSat.1 Media SE hat die im Folgenden aufgeführten wesentlichen Vereinbarungen abgeschlossen, die Regelungen für den Fall eines Kontrollwechsels etwa infolge eines Übernahmeangebots beinhalten:

- Es besteht eine syndizierte Kreditvereinbarung der ProSiebenSat.1 Media SE, die zum 31. Dezember 2022 ein Darlehen in Höhe von 1,2 Mrd Euro sowie eine revolvierende Kreditfazilität mit einem Rahmenvolumen von 500 Mio Euro umfasst. Im Fall einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control") haben die Kreditgeber das Recht, ihre Beteiligung an dem Kredit zu kündigen und die Rückzahlung der auf sie entfallenden Kreditinanspruchnahmen innerhalb einer bestimmten Frist nach Eintritt des Kontrollwechsels zu verlangen.

- Die ProSiebenSat.1 Media SE hat 2016 Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro mit Laufzeitbändern von sieben Jahren (225 Mio Euro festverzinst und 50 Mio Euro variabel verzinst) und zehn Jahren (225 Mio Euro festverzinst) begeben. Die

Schuldscheindarlehen mit siebenjähriger Laufzeit über insgesamt 275 Mio Euro wurden am 1. Dezember 2022 vorzeitig zurückgezahlt. Im Oktober 2021 hat die Gesellschaft weitere Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 700 Mio Euro mit Laufzeitbändern von vier Jahren (115,5 Mio Euro festverzinst und 110,5 Mio Euro variabel verzinst), sechs Jahren (193 Mio Euro festverzinst und 153 Mio Euro variabel verzinst), acht Jahren (46 Mio Euro festverzinst und 34 Mio Euro variabel verzinst) und zehn Jahren (48 Mio Euro festverzinst) begeben. Im Fall einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control") haben die Darlehensgeber der vorbeschriebenen Schuldscheindarlehen das Recht, ihre Darlehensbeteiligung zu kündigen und Rückzahlung zu verlangen.

- Im Berichtsjahr stand der ProSiebenSat.1 Media SE an der Börse Luxemburg ein Programm zur Begebung von Schuldverschreibungen mit einem Rahmenvolumen von bis zu 2,5 Mrd Euro zur Verfügung. Unter dem Programm wurden bisher keine Schuldverschreibungen begeben. Sollten Schuldverschreibungen begeben werden, könnten diese eine Kontrollwechselvereinbarung enthalten. Eine solche Kontrollwechselvereinbarung kann den Schuldverschreibungsgläubigern das Recht geben, im Fall eines Kontrollwechsels, d.h. einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte durch einen Dritten, und des Eintritts eines negativen Rating-Ereignisses aufgrund des Kontrollwechsels innerhalb des Kontrollwechselzeitraums, den Rückkauf der Schuldverschreibungen zu verlangen.

- Darüber hinaus sehen einige Lizenzverträge für Filme, TV-Serien und andere für das Unternehmen wichtige Programme Regelungen vor, die den jeweiligen Anbieter von Programminhalten im Fall eines Kontrollwechsels dazu berechtigen, den entsprechenden Lizenzvertrag vorzeitig zu beenden. Ferner räumen auch einzelne Verträge mit Verbreitungsplattformen dem Vertragspartner im Fall eines Kontrollwechsels das Recht ein, die betreffenden Verträge zu kündigen. Die diesen Sachverhalten zugrundeliegenden Vertragsverhältnisse haben ein Volumen von insgesamt ca. 1,2 Mrd Euro.

- Es besteht eine Rahmenvereinbarung zwischen der ProSiebenSat.1 Media SE und unter anderem der RTL Deutschland GmbH („RTL Deutschland") sowie deren indirekter Konzerntochtergesellschaft Ad Alliance GmbH („Ad Alliance") im Hinblick auf die Beteiligung an der d-force GmbH („d-force"). Die Ad Alliance ist zur außerordentlichen Kündigung der Rahmenvereinbarung berechtigt, wenn ein Dritter direkt oder indirekt mehr als 50 Prozent der Aktien und/oder der Stimmrechte an der ProSiebenSat.1 Media SE hält. Mit Wirksamwerden der Kündigung scheidet die Ad Alliance schnellstmöglich als Gesellschafterin der d-force aus.

- Darüber hinaus gelten für die ProSiebenSat.1 Media SE insbesondere die Regelungen des Medienkonzentrationsrecht sowie der relevanten Mediengesetzgebung der Länder, wie im Abschnitt „Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragbarkeit von Aktien betreffen, und Beteiligungen am Kapital, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten" dargestellt, aus denen sich Vorgaben für den Fall eines Kontrollwechsels ergeben können. Zum Beispiel können die Aufsichtsbehörden insbesondere ab einer Beteiligung von 25 Prozent am Grundkapital oder den Stimmrechten Maßnahmen ergreifen, um die Staatsferne eines Sendeunternehmens oder die Meinungs- und Informationsvielfalt zu sichern.

ENTSCHÄDIGUNGSVEREINBARUNG DER GESELLSCHAFT, DIE FÜR DEN FALL EINES KONTROLLWECHSELS MIT DEN MITGLIEDERN DES VORSTANDS ODER ARBEITNEHMER:INNEN GETROFFEN SIND

Die Vorstandsdienstverträge sehen eine „Change-of-Control-Klausel" für den Fall eines Kontrollwechsels bei der Gesellschaft vor. Im Falle eines Kontrollwechsels haben die

Vorstandsmitglieder das Recht, den Vorstandsvertrag mit einer Frist von drei Monaten zum Monatsende zu kündigen und das Vorstandsamt niederzulegen, sofern es im Zusammenhang mit dem Kontrollwechsel zu einer erheblichen Beeinträchtigung der Stellung des Vorstandsmitglieds gekommen wäre. Unter den im Geschäftsjahr 2022 geltenden Vorstandsdienstverträgen der Vorstandsmitglieder Wolfgang Link und Christine Scheffler bestand ein solches Kündigungsrecht nicht; dieses ist allerdings in den ab 1. Januar 2023 geltenden verlängerten Verträgen dieser beiden Vorstandsmitglieder enthalten. Ein Anspruch auf Zahlung einer Abfindung im Fall eines Kontrollwechsels besteht nicht.

Mit Arbeitnehmer:innen der ProSiebenSat.1 Media SE bestanden im Geschäftsjahr 2022 keine „Change-of-Control-Klauseln“.

BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2022

in Euro

			31.12.2022		31.12.2021
	AKTIVA				
A.	**Anlagevermögen**				
I.	**Immaterielle Vermögensgegenstände**				
	1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	863.622,46		1.330.961,16	
	2. Geleistete Anzahlungen	296.243,49	1.159.865,95	403.487,34	1.734.448,50
II.	**Sachanlagen**				
	1. Bauten auf fremden Grundstücken	45.504.954,00		43.928.563,00	
	2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.111.814,00		3.290.805,48	
	3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	44.330.359,67	92.947.127,67	27.672.663,88	74.892.032,36
III.	**Finanzanlagen**				
	1. Anteile an verbundenen Unternehmen	6.908.388.295,35		7.323.679.823,08	
	2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	63.978.236,34		44.596.994,50	
	3. Beteiligungen	6.250,00		6.250,00	
	4. Wertpapiere des Anlagevermögens	0,00		3.896.180,77	
	5. Sonstige Ausleihungen	22.813.284,91	6.995.186.066,60	23.918.313,29	7.396.097.561,64
			7.089.293.060,22		**7.472.724.042,50**
B.	**Umlaufvermögen**				
I.	**Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände**				
	1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	27.187.162,92		28.781.126,05	
	2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	529.131.268,37		750.253.239,87	
	3. Sonstige Vermögensgegenstände	124.298.698,34	680.617.129,63	103.724.818,31	882.759.184,23
II.	**Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten**		356.889.641,49		297.370.841,15
			1.037.506.771,12		**1.180.130.025,38**
C.	**Rechnungsabgrenzungsposten**		**5.045.921,66**		**4.794.281,89**
D.	**Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung**		**73.844,00**		**86.291,00**
			8.131.919.597,00		**8.657.734.640,77**

BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2022

in Euro

		31.12.2022		31.12.2021	
	PASSIVA				
A.	**Eigenkapital**				
I.	**Gezeichnetes Kapital**	**233.000.000,00**		**233.000.000,00**	
	./. Nennbetrag eigener Anteile	-6.514.679,00		−6.694.738,00	
	Ausgegebenes Kapital		226.485.321,00		226.305.262,00
	Bedingtes Kapital EUR 23.300.000,00				
II.	**Kapitalrücklage**		**1.132.435.703,10**		**1.131.165.817,10**
III.	**Andere Gewinnrücklagen**		**1.552.864.106,49**		**1.152.876.897,49**
IV.	**Bilanzgewinn**		**274.667.803,33**		**979.146.954,71**
			3.186.452.933,92		**3.489.494.931,30**
B.	**Rückstellungen**				
1.	Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen		7.702.512,00		4.840.469,00
2.	Steuerrückstellungen		51.181.760,93		110.242.082,86
3.	Sonstige Rückstellungen		77.588.509,20		103.280.156,28
			136.472.782,13		**218.362.708,14**
C.	**Verbindlichkeiten**				
1.	Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten				
	a. Darlehensverbindlichkeiten		2.125.000.000,00		2.450.000.000,00
	b. Zins- und Bankverbindlichkeiten		7.068.565,28		4.817.139,97
2.	Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen		327.286,93		863.452,32
3.	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		285.483.404,04		270.919.298,14
4.	Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen		2.329.367.319,63		2.190.619.205,76
5.	Sonstige Verbindlichkeiten		35.507.630,65		32.584.395,83
	--davon aus Steuern EUR 28.630.810,20 (Vorjahr: EUR 30.368.381,19)--				
			4.782.754.206,53		**4.949.803.492,02**
D.	**Rechnungsabgrenzungsposten**		**25.884,39**		**73.509,31**
E.	**Passive latente Steuern**		26.213.790,03		0,00
			8.131.919.597,00		**8.657.734.640,77**

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31.DEZEMBER 2022

in Euro

			2022		2021
1.	Umsatzerlöse		123.481.047,03		114.139.522,96
2.	Sonstige betriebliche Erträge		102.445.625,43		73.135.335,28
	davon aus der Währungsumrechnung EUR 57.450.801,28 (Vorjahr: EUR 36.354.339,82)				
3.	Programm- und Materialaufwand				
	a. Aufwendungen für Lizenzen, Sendegebühren und Materialien	33.763.431,28		31.625.995,54	
	b. Aufwendungen für bezogene Leistungen	19.369.958,43	53.133.389,71	17.920.590,67	49.546.586,21
4.	Personalaufwand				
	a. Löhne und Gehälter	56.677.924,83		48.402.147,22	
	b. Soziale Abgaben	6.806.371,93	63.484.296,76	7.371.055,65	55.773.202,87
	davon für Altersversorgung EUR 1.081.191,63 (Vorjahr: EUR 2.068.857,00)				
5.	Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		8.786.270,42		8.610.619,36
6.	Sonstige betriebliche Aufwendungen		123.623.868,67		101.251.137,08
	davon aus der Währungsumrechnung EUR 34.703.374,45 (Vorjahr: EUR 37.394.392,10)				
7.	Erträge aus Gewinnabführungen		432.345.037,82		611.357.283,63
8.	Erträge aus Beteiligungen		0,00		147.314.665,93
	davon aus verbundenen Unternehmen EUR 0,00 (Vorjahr: EUR 147.314.665,93)				
9.	Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		35.655.628,03		18.560.697,67
	davon aus verbundenen Unternehmen EUR 2.774.443,42 (Vorjahr: EUR 4.385.616,34)				
10.	Abschreibungen auf Finanzanlagen		432.087.149,96		2.179.161,57
11.	Aufwendungen aus Verlustübernahme		28.143.567,40		11.629.267,02
12.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen		54.834.979,16		51.226.088,06
	davon an verbundene Unternehmen EUR 9.974.914,57 (Vorjahr: EUR 971.682,54)				
	davon aus Aufzinsung EUR 592.124,17 (Vorjahr: EUR 738.782,93)				
13.	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		53.198.779,81		167.266.847,23
	davon aus latenten Steuern EUR 26.213.790,03 (Vorjahr: EUR 0,00)				
14.	Ergebnis nach Steuern		−123.364.963,58		517.024.596,07
15.	Sonstige Steuern		69.978,20		72.275,13
16.	**Jahresfehlbetrag/-überschuss**		**−123.434.941,78**		**516.952.320,94**
17.	Gewinnvortrag aus dem Vorjahr		398.102.745,11		462.194.633,77
18.	**Bilanzgewinn**		**274.667.803,33**		**979.146.954,71**



ANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2022

ALLGEMEINE ANGABEN

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft nach europäischem Recht und als Konzernobergesellschaft der ProSiebenSat.1 Gruppe unter der Firma ProSiebenSat.1 Media SE beim Amtsgericht München, Deutschland, (HRB 219 439) eingetragen. Die Namens-Stammaktie ist in Deutschland an der Wertpapierbörse in Frankfurt am Main und an der Wertpapierbörse in Luxemburg (Bourse de Luxembourg) notiert. Sitz der Gesellschaft ist Unterföhring. Die Anschrift lautet: ProSiebenSat.1 Media SE, Medienallee 7, 85774 Unterföhring, Deutschland.

GRUNDLAGEN UND METHODEN

Der Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE wurde nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB) und des Aktiengesetzes (AktG) in Verbindung mit Art. 61 der Verordnung (EG) Nr. 2157/2001 (SE-VO) aufgestellt.

Für die Gewinn- und Verlustrechnung wird unverändert das Gesamtkostenverfahren gemäß § 275 Abs. 2 HGB angewendet.

Die ProSiebenSat.1 Media SE erstellt und veröffentlicht ihren Jahresabschluss in Euro. Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen in diesem Jahresabschluss nicht genau zur angegebenen Summe addieren lassen und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

Für die Aufstellung des Jahresabschlusses waren im Wesentlichen die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden unverändert maßgebend.

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten aktiviert und linear über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer und maximal bis zu zehn Jahre abgeschrieben. Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, soweit mit einer voraussichtlich dauernden Wertminderung gerechnet wird. Selbst geschaffene immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens werden nicht angesetzt.

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten aktiviert und linear über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer und maximal bis zu 30 Jahren abgeschrieben. Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, soweit mit einer voraussichtlich dauernden Wertminderung gerechnet wird. Vermögensgegenstände mit Anschaffungskosten bis 250 Euro werden im Jahr der Anschaffung in voller Höhe als Aufwand berücksichtigt. Für Vermögensgegenstände mit Anschaffungskosten zwischen 250 Euro und 1.000 Euro wird das steuerliche Sammelpostenverfahren aus Vereinfachungsgründen auch in der Handelsbilanz angewendet. Der Sammelposten wird linear über fünf Jahre abgeschrieben.

Bauten auf fremden Grundstücken werden nach der jeweiligen betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer oder der kürzeren Laufzeit der Mietverhältnisse abgeschrieben. Andere Anlagen und Betriebs- und Geschäftsausstattung werden abhängig vom Anlagegegenstand über drei bis maximal 20 Jahre abgeschrieben.

Finanzanlagen werden zu Anschaffungskosten bzw. bei Wertminderungen zu niedrigeren beizulegenden Zeitwerten bilanziert. Zuschreibungen aufgrund des Wertaufholungsgebots werden maximal bis zu den Anschaffungskosten vorgenommen, wenn die Gründe für eine Wertminderung entfallen sind.

Die Bilanzierung der Anteile an verbundenen Unternehmen erfolgt grundsätzlich zu Anschaffungskosten bzw. bei Wertminderung zum niedrigeren beizulegenden Zeitwert. Die Überprüfung, ob ggf. eine Wertminderung der Anteile an verbundenen Unternehmen eingetreten ist, beurteilt die ProSiebenSat.1 Media SE im Wesentlichen anhand vereinfachter Unternehmensbewertungen sowie beizulegender Zeitwerte und plausibilisiert diese anhand impliziter Multiples. Die beizulegenden Zeitwerte werden dabei mit Hilfe des Discounted Cash Flow Verfahrens ermittelt. Es werden Bewertungen nach dem IDW RS HFA 10 „Anwendung der Grundsätze des IDW S 1 bei der Bewertung von Beteiligungen und sonstigen Unternehmensanteilen für die Zwecke eines handelsrechtlichen Jahresabschlusses“ durchgeführt. Hierbei beruhen die Zahlungsströme auf beteiligungsindividuellen Planungen in der Regel über einen Zeitraum von fünf Jahren, die mit beteiligungsindividuellen Wachstumsraten fortgeschrieben werden. Der hierbei verwendete Kapitalisierungszinssatz wird durch die Rendite einer risikoadäquaten Alternativanlage ermittelt.

Des Weiteren werden die in der Vergangenheit wertberichtigten Anteile an verbundenen Unternehmen jährlich dahingehend überprüft, ob die Gründe für die außerplanmäßige Abschreibung entfallen sind. Auch für diese Anteile wird der beizulegende Zeitwert der entsprechenden Finanzanlage auf Basis des IDW RS HFA 10 berechnet.

Forderungen und Sonstige Vermögensgegenstände werden zum Nennbetrag beziehungsweise zu Anschaffungskosten oder zum niedrigeren beizulegenden Zeitwert am Abschlussstichtag angesetzt. Bei der Bewertung der Forderungen und Sonstigen Vermögensgegenständen ist den erkennbaren Risiken durch Wertberichtigungen angemessen Rechnung getragen worden.

Guthaben bei Kreditinstituten werden zu Nominalwerten ausgewiesen. Kurzfristige Fremdwährungsguthaben und -verbindlichkeiten sind mit Stichtagskursen umgerechnet.

Eigene Anteile werden gemäß § 272 Abs. 1a HGB vom Eigenkapital abgesetzt. Übersteigen die Anschaffungskosten für eigene Anteile den Nennbetrag der Anteile wird der übersteigende Betrag mit den Gewinnrücklagen verrechnet.

Die Ausgabe von eigenen Anteilen im Rahmen des Mitarbeiteraktienprogramms „myshares“ wird in Höhe des den Nennwert der Aktien übersteigenden Ausgabebetrags in der Kapitalrücklage erfasst. Darüber hinaus wird der Personalaufwand des Mitarbeiteraktienprogramms, der aus sogenannten „Matching-Aktien“ resultiert, ebenfalls in der Kapitalrücklage abgebildet.

Für Vermögensgegenstände, die ausschließlich der Erfüllung von Pensionsverpflichtungen dienen und zum Abschlussstichtag dem Zugriff aller übrigen Gläubiger entzogen sind, erfolgt die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert, der dem Markt- bzw. Börsenpreis entspricht. Diese Vermögensgegenstände werden mit der jeweils zugrundeliegenden Verpflichtung verrechnet. Ergibt sich ein Verpflichtungsüberhang, wird dieser als Rückstellung erfasst. Übersteigt der Wert der Vermögensgegenstände die Verpflichtungen, erfolgt der Ausweis als Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung.

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrages angesetzt. Dieser Erfüllungsbetrag wird auf der Grundlage von versicherungsmathematischen Methoden nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected Unit Credit Method) ermittelt. Die Berechnung beruht auf den biometrischen Rechnungsgrundlagen gemäß den Richttafeln 2018 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck und einem durchschnittlichen Marktzins der vergangenen zehn Geschäftsjahre für eine Restlaufzeit von 15 Jahren in Höhe von 1,78 Prozent (Vorjahr: 1,87 %) sowie einem Rententrend von jährlich 0,0 Prozent bis 1,0 Prozent (Vorjahr: 0,0 % bis 1,0 %). Die Parameter Fluktuation und

Gehaltssteigerung sind in beiden Jahren mit 0,0 Prozent in die Bewertung eingeflossen. Der im Pensionsaufwand enthaltene Zinsanteil wird nach Saldierung mit Zinserträgen aus dem Deckungsvermögen in den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen ausgewiesen.

Steuerrückstellungen und Sonstige Rückstellungen werden in Höhe des voraussichtlichen Erfüllungsbetrages gebildet, der nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendig ist. Die Sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohende Verluste aus schwebenden Geschäften. Dabei werden auch Preis- und Kostensteigerungen einbezogen. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr werden mit dem laufzeitadäquaten durchschnittlichen Marktzins der vergangenen sieben Jahre, der von der Deutschen Bundesbank ermittelt und bekannt gegeben wird, abgezinst.

Verbindlichkeiten werden mit ihren Erfüllungsbeträgen am Abschlussstichtag angesetzt.

Bestehen zwischen den handelsrechtlichen und steuerlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schuldposten und Rechnungsabgrenzungsposten Differenzen, die sich in künftigen Geschäftsjahren voraussichtlich umkehren, so wird unter Berücksichtigung von werthaltigen vorhandenen Verlust- und Zinsvorträgen ein sich nach Verrechnung insgesamt ergebender Überhang an passiven latenten Steuern in der Bilanz angesetzt. Aktive latente Steuern werden, soweit sie den am Abschlussstichtag vorhandenen passiven latenten Steuern entsprechen, saldiert. Das Aktivierungswahlrecht für aktive latente Steuern wird – soweit diese die passiven latenten Steuern übersteigen – nicht ausgeübt.

Eine Berücksichtigung von Verlust- und Zinsvorträgen sowie von Steuergutschriften erfolgt in dem Umfang, in welchem innerhalb der nächsten fünf Jahre eine Verrechnung bzw. Nutzung erwartet wird. Temporäre Differenzen zwischen den handelsrechtlichen und steuerlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schuldposten und Rechnungsabgrenzungsposten von Organgesellschaften werden insoweit einbezogen, als von künftigen Steuerbelastungen und - entlastungen aus dem Abbau der betreffenden temporären Unterschiedsbeträge beim ertragsteuerlichen Organträger, der ProSiebenSat.1 Media SE, ausgegangen wird.

Die Bewertung von latenten Steuern erfolgt auf der Grundlage des geltenden Körperschaftsteuersatzes sowie entsprechend den gewerbesteuerlichen Hebesätzen des ertragsteuerlichen Organkreises der ProSiebenSat.1 Media SE. Unter Berücksichtigung von Körperschaftsteuer, Solidaritätszuschlag sowie Gewerbeertragsteuer ergab sich im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Steuersatz für latente Steuern in Höhe von 28 %.

Fremdwährungsforderungen und Fremdwährungsverbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr werden mit dem Stichtagskurs am Abschlussstichtag bewertet. Fremdwährungsforderungen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr werden mit dem Stichtagskurs am Buchungstag oder dem niedrigeren Kurs am Abschlussstichtag, Fremdwährungsverbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr mit dem Stichtagskurs am Buchungstag oder dem höheren Kurs am Abschlussstichtag umgerechnet.

Die ProSiebenSat.1 Media SE setzt zur Absicherung gegen Zinsänderungs- und Währungsrisiken aus dem operativen Geschäft bzw. den daraus resultierenden Finanzierungserfordernissen derivative Finanzinstrumente ein. Sofern ein unmittelbarer Sicherungszusammenhang besteht, werden die derivativen Finanzinstrumente als Bewertungseinheit gemäß § 254 HGB unter Verwendung der Einfrierungsmethode mit dem entsprechenden Grundgeschäft zusammengefasst. Besteht kein ausreichender Sicherungszusammenhang, erfolgt die Bewertung der Sicherungsgeschäfte imparitätisch, das heißt, für negative Marktwerte werden Rückstellungen gebildet, positive Marktwerte werden nicht angesetzt.

ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

Anlagevermögen

Die Entwicklung des Anlagevermögens ist aus dem am Ende des Anhangs beigefügten Anlagespiegel ersichtlich.

Finanzanlagen

Eine Aufstellung des Anteilsbesitzes der ProSiebenSat.1 Media SE ist am Ende des Anhangs beigefügt.

Im Geschäftsjahr 2022 verringerten sich die Anteile an verbundenen Unternehmen um 415 Mio Euro auf 6.908 Mio Euro. Dieser Rückgang ist insbesondere auf die teilweise Abschreibung des Beteiligungsbuchwerts an der Tochtergesellschaft NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring, in Höhe von 430 Mio Euro zurückzuführen.

Im Geschäftsjahr 2022 wurden insgesamt außerplanmäßige Abschreibungen auf Finanzanlagen in Höhe von 432 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro) sowie Zuschreibungen aufgrund von Wertaufholungen in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) vorgenommen.

Die Ausleihungen an verbundene Unternehmen in Höhe von 64 Mio Euro (Vorjahr: 45 Mio Euro) betreffen konzerninterne Darlehen, deren Rückzahlung nicht innerhalb eines Jahres erwartet wird.

Als sonstige Ausleihungen in Höhe von 23 Mio Euro (Vorjahr: 24 Mio Euro) werden im Wesentlichen Darlehen an den Vermieter einer Immobilie am Standort Unterföhring ausgewiesen.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE
in Mio Euro

	31.12.2022			31.12.2021		
	Restlaufzeit		**Gesamt**	Restlaufzeit		**Gesamt**
	bis 1 Jahr	über 1 Jahr		bis 1 Jahr	über 1 Jahr	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	26	1	**27**	28	1	**29**
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	529	—	**529**	750	—	**750**
Sonstige Vermögensgegenstände	102	22	**124**	104	—	**104**
Summe	**657**	**23**	**681**	**882**	**1**	**883**

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen beinhalten Forderungen aus Ergebnisabführungsverträgen (432 Mio Euro; Vorjahr: 611 Mio Euro), aus kurzfristiger Darlehensgewährung (6 Mio Euro; Vorjahr: 19 Mio Euro), aus Cash Pooling (6 Mio Euro; Vorjahr: 17 Mio Euro) sowie aus dem internen Leistungsverkehr (85 Mio Euro; Vorjahr: 103 Mio Euro).

In den Sonstigen Vermögensgegenständen sind im Wesentlichen geleistete Anzahlungen auf Lizenzen für Programmvermögen in Höhe von 28 Mio Euro (Vorjahr: 68 Mio Euro) sowie Steuerforderungen in Höhe von 54 Mio Euro (Vorjahr: 15 Mio Euro) – von denen 12 Mio Euro (Vorjahr: 13 Mio Euro) antizipatorischen Charakter haben - enthalten. Da die ProSiebenSat.1 Media SE als Generalübernehmer für den Neubau „Campus“ auftritt, sind in dieser Position darüber hinaus Forderungen gegen den Bauherrn in Höhe von 17 Mio Euro (Vorjahr: 16 Mio Euro) enthalten.

Rechnungsabgrenzungsposten

Der aktive Rechnungsabgrenzungsposten enthält zum 31. Dezember 2022 im Wesentlichen im Voraus bezahlte Mieten für Transponder sowie Effekte aus dem Mitarbeiteraktienprogramm „myshares".

Latente Steuern

Der nachfolgenden Übersicht ist zu entnehmen, auf welche Bilanzposten im ertragsteuerlichen Organkreis der ProSiebenSat.1 Media SE latente Steuerforderungen bzw. latente Steuerverbindlichkeiten entfallen:

ENTWICKLUNG DER LATENTEN STEUERN
in Mio Euro

	31.12.2022		31.12.2021	
	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
Immaterielle Vermögensgegenstände	1	—	0	—
Sachanlagen	2	—	1	—
Finanzanlagen	7	–35	3	–35
Programmvermögen	0	–14	27	—
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	2	0	1	0
Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung	—	0	—	0
Rückstellungen	15	–4	7	–4
Verbindlichkeiten	5	0	0	0
Rechnungsabgrenzungsposten	—	–4	0	0
Summe	**31**	**–57**	**40**	**–40**
Saldierung	–31	31	–40	40
Ausweis in Bilanz	**0**	**–26**	**0**	**0**

Die latenten Steueransprüche und Steuerschulden werden mit einem kombinierten Steuersatz aus Körperschaftsteuer, Solidaritätszuschlag und Gewerbesteuer in Höhe von 28 % ermittelt, der sich als gewichteter Durchschnitt der Steuersätze der Organgesellschaften ergibt. Temporäre Differenzen auf Finanzanlagen werden mit einem Effektivsteuersatz von 1,4 % bewertet.

Eigenkapital

GEZEICHNETES KAPITAL

Das gezeichnete Kapital der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt zum 31. Dezember 2022 233.000.000 Euro (Vorjahr: 233.000.000 Euro) mit einem auf die einzelne Aktie entfallenden anteiligen Betrag des Grundkapitals von 1,00 Euro. Zum 31. Dezember 2022 betrug die Zahl der ausgegebenen Stammaktien somit 233.000.000 (Vorjahr: 233.000.000), von denen die Gesellschaft 6.514.679 (Vorjahr: 6.694.738) Stammaktien im Eigenbestand hält.

EIGENKAPITALENTWICKLUNG IM GESCHÄFTSJAHR 2022

in Mio Euro

	Gezeichnetes Kapital[1]	Kapital-rücklage	Gewinn-rücklage	Bilanz-gewinn	Summe Eigenkapital
31. Dezember 2021	**226**	**1.131**	**1.153**	**979**	**3.489**
Einstellung in Gewinnrücklage	—	—	400	−400	**—**
Gezahlte Dividenden	—	—	—	−181	**−181**
Jahresfehlbetrag	—	—	—	−123	**−123**
Effekte aus Mitarbeiteraktienprogramm	0	1	0	—	**1**
31. Dezember 2022	**226**	**1.132**	**1.553**	**275**	**3.186**

1 verringert um eigene Anteile

GENEHMIGTES KAPITAL

Aufgrund eines Beschlusses der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 wurde ein neues genehmigtes Kapital geschaffen (Genehmigtes Kapital 2021). Dem Beschluss zufolge ist der Vorstand bis einschließlich 31. Mai 2026 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital um insgesamt bis zu 46.600.000 Euro durch ein- oder mehrmalige Ausgabe neuer auf den Namen lautender Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen zu erhöhen und dabei das Bezugsrecht der Aktionäre unter bestimmten Bedingungen auszuschließen.

BEDINGTES KAPITAL

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 wurde der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 31. Mai 2026 auf den Inhaber und/oder auf den Namen lautende Wandel und/oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 800 Mio Euro gegen Bar- und/oder Sachleistung zu begeben und den Inhabern bzw. Gläubigern dieser Schuldverschreibungen Wandlungs- oder Optionsrechte zum Bezug von insgesamt bis zu 23.300.000 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 23.300.000 Euro zu gewähren und/oder für die ProSieben Sat.1 Media SE als Emittentin entsprechende Wandlungsrechte vorzusehen (Ermächtigung 2021). Das Grundkapital wurde hierzu um insgesamt bis zu 23.300.000 Euro durch Ausgabe von insgesamt bis zu 23.300.000 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2021). Der Vorstand ist ermächtigt, das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre unter bestimmten Bedingungen auszuschließen.

EIGENE ANTEILE

Die Hauptversammlung vom 12. Juni 2019 hat die Gesellschaft gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, bis zum 11. Juni 2024 (einschließlich) eigene Aktien der Gesellschaft in einem Umfang von bis zu 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Erteilung der Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft zu erwerben und diese, in den in der Ermächtigung näher bezeichneten Fällen auch unter Ausschluss des Bezugsrechts, zu verwenden. Der Erwerb eigener Aktien kann dabei im Umfang von insgesamt bis zu 5 Prozent des im Zeitpunkt der Erteilung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung auch unter Einsatz von Derivaten erfolgen. Auf die aufgrund dieser Ermächtigung erworbenen Aktien dürfen zusammen mit anderen eigenen Aktien, die sich im Besitz der Gesellschaft befinden oder ihr nach den §§ 71a ff. AktG zuzurechnen sind, zu keinem Zeitpunkt mehr als 10 Prozent des jeweils bestehenden Grundkapitals entfallen.

Die Ermächtigung vom 12. Juni 2019 sieht vor, dass der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats sie zu jedem gesetzlich zulässigen Zweck ausüben kann.

In den Geschäftsjahren 2022 und 2021 wurden keine eigenen Aktien erworben.

Im Geschäftsjahr 2022 wurden im Rahmen des Mitarbeiteraktienprogramms „myshares“ für das Programm 2022 167.268 eigene Anteile zu einem Kurs von 7,08 Euro an die Teilnehmer:innen abgegeben. Für die Ausgabe von sogenannten Matching-Aktien des myshares Programms 2019 wurden nach Ablauf der dreijährigen Haltefrist 12.791 Gratis-Aktien an die Teilnehmer:innen im Geschäftsjahr 2022 ausgegeben.

Insgesamt hält die ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember 2022 6.514.679 (Vorjahr: 6.694.738) eigene Aktien. Dies entspricht einem Anteil in Höhe von 2,8 Prozent (Vorjahr: 2,9 %) des Grundkapitals.

KAPITALRÜCKLAGE

Die Kapitalrücklage beträgt 1.132 Mio Euro (Vorjahr: 1.131 Mio Euro). Die Kapitalrücklage beinhaltet das Agio aus der Ausgabe von Aktien im Geschäftsjahr 1997 und der Kapitalerhöhungen in 2004 und 2016 sowie die kumulierten Ergebniseffekte, die im Zusammenhang mit der Gewährung von Aktienoptionen der ehemaligen Long Term Incentive Pläne (LTIPs) sowie der Aktienzusagen und Mitarbeiter-Aktienprogrammen entstanden sind und die Effekte aus der Ausübung der Aktienoptionen. Der Anstieg im abgelaufenen Geschäftsjahr resultiert aus der Erfassung der Effekte des Mitarbeiteraktienprogramms.

ANDERE GEWINNRÜCKLAGEN

Die anderen Gewinnrücklagen enthalten Zuführungen in Höhe von 800 Mio Euro (Geschäftsjahr 2017), in Höhe von 200 Mio Euro (jeweils Geschäftsjahre 2018 und 2019) und in Höhe von 400 Mio Euro (Geschäftsjahr 2022). Die den Nennbetrag der eigenen Anteile übersteigenden Anschaffungskosten in Höhe von 47 Mio Euro wurden im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms im Geschäftsjahr 2018 mit den Gewinnrücklagen verrechnet.

Zum 31. Dezember 2022 unterlagen Gewinnrücklagen in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) einer Ausschüttungssperre. Diese resultierte in Höhe von 0 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) aus der Zeitwertbilanzierung des Deckungsvermögens und in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro) aus der Bewertung des Erfüllungsbetrags der Pensionsverpflichtungen. Daneben führten diesbezüglich berücksichtige latente Steuern zu einem rechnerischen Überhang aktiver latenter Steuern, der in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) in die Ausschüttungssperre einging.

BILANZGEWINN

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde aufgrund des Beschlusses der ordentlichen Hauptversammlung, die am 5. Mai 2022 virtuell durchgeführt wurde, aus dem Bilanzgewinn der ProSiebenSat.1 Media SE des Geschäftsjahres 2021 in Höhe von 979 Mio Euro eine Ausschüttung in Höhe von 181 Mio Euro vorgenommen. Dies entsprach einer Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 0,80 Euro je dividendenberechtigter Aktie. Darüber hinaus wurde auf der Hauptversammlung beschlossen, 400 Mio Euro in die anderen Gewinnrücklagen einzustellen.

Nach dem Aktiengesetz bemisst sich die an die Aktionär:innen ausschüttbare Dividende nach dem im handelsrechtlichen Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE ausgewiesenen Bilanzgewinn. Es ist vorgesehen, den Bilanzgewinn der ProSiebenSat.1 Media SE des Geschäftsjahres 2022 in Höhe von 275 Mio Euro wie folgt zu verwenden:

GEWINNVERWENDUNGSVORSCHLAG

in Euro

Bilanzgewinn zum 31. Dezember 2021	979.146.954,71
Einstellung in Gewinnrücklage	−400.000.000,00
Dividendenausschüttung in 2022	−181.044.209,60
Jahresfehlbetrag Geschäftsjahr 2022	−123.434.941,78
Bilanzgewinn zum 31. Dezember 2022	**274.667.803,33**
Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 0,05 Euro je auf den Namen lautende Stammaktie	11.324.266,05
Vortrag auf neue Rechnung	263.343.537,28

Rückstellungen

RÜCKSTELLUNGEN

in Mio Euro

	31.12.2022	31.12.2021
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	**8**	**5**
Steuerrückstellungen	**51**	**110**
Sonstige Rückstellungen		
Drohverlustrückstellungen	19	24
Rückstellungen für ausstehende Eingangsrechnungen	19	17
Personalrückstellungen	14	23
Übrige sonstige Rückstellungen	25	39
Zwischensumme Sonstige Rückstellungen	**77**	**103**
Summe	**136**	**218**

PENSIONSRÜCKSTELLUNGEN

Die Pensionsrückstellungen wurden für Verpflichtungen aus Anwartschaften von aktiven und ehemaligen Mitgliedern des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE sowie deren Hinterbliebenen gebildet.

BILANZAUSWEIS DER PENSIONSRÜCKSTELLUNGEN

in Mio Euro

	31.12.2022	31.12.2021
Pensionsverpflichtungen zum Erfüllungsbetrag	30	29
Deckungsvermögen zum beizulegenden Zeitwert	22	24
- davon verpflichtungsbezogene Überdeckung	0	0
Bilanzausweis Pensionsrückstellungen	**8**	**5**

Die Anschaffungskosten des Deckungsvermögens betrugen 25 Mio Euro (Vorjahr: 25 Mio Euro). Im Rahmen der Erfassung von Aufwendungen und Erträgen aus der Abzinsung der Verpflichtungen sowie den Aufwendungen und Erträgen aus dem Deckungsvermögen wurde Zinsaufwand in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) und Aufwand aus Abschreibung des Deckungsvermögens in Höhe von 3 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) in den Abschreibungen auf Finanzanlagen ausgewiesen.

Unter Anwendung des für den Abschlussstichtag prognostizierten durchschnittlichen Marktzinssatzes der vergangenen sieben Geschäftsjahre von 1,44 Prozent würde sich im Geschäftsjahr 2022 ein Erfüllungsbetrag in Höhe von 31 Mio Euro (inklusive des im aktiven Unterschiedsbetrag aus Vermögensverrechnung enthaltenen Erfüllungsbetrags) ergeben. Der

Unterschiedsbetrag im Sinne des § 253 Abs. 6 Satz 1 HGB beträgt im Geschäftsjahr 1 Mio Euro, der unter Berücksichtigung von latenten Steuern der Ausschüttungssperre unterliegt.

STEUERRÜCKSTELLUNGEN

Bei den Steuerrückstellungen handelt es sich im Wesentlichen um Rückstellungen für Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer. Auswirkungen der laufenden Betriebsprüfung wurden dabei berücksichtigt.

SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Im Rahmen strategischer Maßnahmen wurde im Geschäftsjahr 2018 eine Rückstellung für drohende Verluste im Zusammenhang mit der zukünftigen Abnahme von Programmvermögen in Höhe von 176 Mio EUR gebildet. Zum 31. Dezember 2022 hat sich die Rückstellung im Zuge von Inanspruchnahmen auf 3 Mio Euro (Vorjahr: 24 Mio Euro) reduziert.

Im Geschäftsjahr 2022 wurden Drohverluste in Höhe von 16 Mio Euro (Vorjahr: keine) für Finanzinstrumente zur Absicherung von Fremdwährungsrisiken gebildet, die nicht die Voraussetzungen für Bewertungseinheiten erfüllten.

In den Personalrückstellungen sind insbesondere Rückstellungen für kurzfristige Bonuszahlungen und für mehrjährige variable Anreizsysteme in Höhe von insgesamt 11 Mio Euro (Vorjahr: 20 Mio Euro) enthalten.

Die übrigen sonstigen Rückstellungen enthalten zum 31. Dezember 2022 hauptsächlich Rückstellungen für Steuerzinsen und Umsatzsteuer in Höhe von insgesamt 20 Mio Euro (Vorjahr: 34 Mio Euro).

Verbindlichkeiten

VERBINDLICHKEITEN
in Mio Euro

	31.12.2022				31.12.2021			
	Restlaufzeit				Restlaufzeit			
	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	davon über 5 Jahre	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	davon über 5 Jahre
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten								
a) Darlehensverbindlichkeiten	—	2.125	2.125	128	50	2.400	2.450	474
b) Zins- und Bankverbindlichkeiten	7	—	7	—	5	—	5	—
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	0	—	0	—	1	—	1	—
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	225	61	286	—	218	53	271	—
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	2.329	—	2.329	—	2.190	—	2.190	—
Sonstige Verbindlichkeiten	36	—	36	—	33	—	33	—
Summe	**2.597**	**2.186**	**4.783**	**128**	**2.497**	**2.453**	**4.950**	**474**

Zum 31. Dezember 2022 verfügt die ProSiebenSat.1 Media SE über eine syndizierte Konsortialkreditvereinbarung, bestehend aus zwei endfälligen Darlehen (Term Loans) und einer revolvierenden Kreditfazilität (RCF). Die Kreditvereinbarung wurde im Mai 2022 verlängert und umfasst nun einen Term Loan in Höhe von 800 Mio Euro und einen RCF in Höhe von 500 Mio. Euro (Vorjahr: 750 Mio Euro) mit Laufzeiten bis April 2027, sowie einen weiteren Term Loan in Höhe von 400 Mio. Euro und einer Laufzeit bis April 2025 (mit Verlängerungsoptionen für insgesamt bis zu zwei weiteren Jahren). Darüber hinaus standen der ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember

2022 im Jahr 2021 emittierte Schuldscheindarlehen in Höhe von 700 Mio Euro mit Fälligkeiten in 2025, 2027, 2029 und 2031 und jeweiligen Teilbeträgen in Höhe von 226 Mio Euro, 346 Mio Euro, 80 Mio Euro und 48 Mio Euro zur Verfügung. Ebenso verfügt die ProSiebenSat.1 Media SE noch über ein Schuldscheindarlehen aus 2016 mit einer Laufzeit bis 2026 in Höhe von 225 Mio Euro.

Im Dezember 2022 hat die ProSiebenSat.1 Media SE im Jahr 2016 aufgenommene Schuldscheindarlehen in Höhe von 275 Mio Euro vorzeitig aus liquiden Mitteln zurückgezahlt. Die Darlehen waren ursprünglich im Dezember 2023 fällig (225 Mio Euro festverzinslich und 50 Mio Euro variabel verzinslich). Daneben hat die ProSiebenSat.1 Media SE ein kurzfristiges Geldmarktdarlehen in Höhe von 50 Mio Euro zum regulären Laufzeitende im Oktober 2022 zurückgeführt.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen enthalten Verbindlichkeiten aus dem Cash Pooling (2.236 Mio Euro; Vorjahr: 2.109 Mio Euro), Verbindlichkeiten aus dem internen Leistungsverkehr (17 Mio Euro; Vorjahr: 21 Mio Euro), Verbindlichkeiten aus Ergebnis-übernahmeverpflichtungen (28 Mio Euro; Vorjahr: 12 Mio Euro) sowie Verbindlichkeiten aus kurzfristigen Darlehen (48 Mio Euro; Vorjahr: 48 Mio Euro).

ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse (123 Mio Euro; Vorjahr: 114 Mio Euro) beinhalten im Wesentlichen Erlöse aus dem Verkauf von Programmvermögen und -nebenrechten sowie aus der Erbringung von Dienstleistungen im Rahmen der Tätigkeit als Holding-Gesellschaft.

Erlöse aus dem Verkauf von Programmvermögen und Programmnebenrechten fielen in Höhe von 27 Mio Euro (Vorjahr: 25 Mio Euro) an, der überwiegende Teil davon im Ausland.

Erlöse aus Dienstleistungen aufgrund der Holdingfunktion betreffen fast ausschließlich Umlagen für Managementgebühren in Höhe von 56 Mio Euro (Vorjahr: 54 Mio Euro) und Erlöse aus Vermietung von Büroflächen und der Weiterbelastung von Nebenkosten in Höhe von 19 Mio Euro (Vorjahr: 18 Mio Euro) an verbundene Unternehmen. Diese Erlöse wurden fast ausschließlich gegenüber inländischen Konzerngesellschaften erzielt.

Sonstige betriebliche Erträge

In den sonstigen betrieblichen Erträgen in Höhe von 102 Mio Euro (Vorjahr: 73 Mio Euro) sind insbesondere Währungskurseffekte sowie Kostenweiterbelastungen an Konzernunternehmen enthalten. Die in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthaltenen periodenfremden Erträge in Höhe von 8 Mio Euro (Vorjahr: 6 Mio Euro) betreffen im Wesentlichen die Auflösung von Rückstellungen in Höhe von 7 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro).

Programm- und Materialaufwand

Die Aufwendungen für Lizenzen, Sendegebühren und Materialien beliefen sich im Geschäftsjahr 2022 auf 34 Mio Euro (Vorjahr: 32 Mio Euro). Wesentlicher Bestandteil davon sind Aufwendungen für Übertragungskosten und Satellitenmieten in Höhe von 27 Mio Euro (Vorjahr: 27 Mio Euro), die an Konzernunternehmen weiterbelastet werden. Darüber hinaus beinhalten die Aufwendungen für bezogene Leistungen vor allem Mietaufwendungen, die an die Konzerngesellschaften weiterverrechnet und als Umsatzerlöse ausgewiesen werden.

Personalaufwand

Der Personalaufwand belief sich im Geschäftsjahr 2022 auf 63 Mio Euro (Vorjahr: 56 Mio Euro). Darin enthalten sind unter anderem Aufwendungen für Abfindungen in Höhe von 10 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).

Sonstige betriebliche Aufwendungen

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 124 Mio Euro (Vorjahr: 101 Mio Euro) sind insbesondere Währungseffekte, Weiterbelastungen von Konzernunternehmen, IT-Kosten sowie Rechts- und Beratungskosten enthalten. Die Erhöhung gegenüber dem Vorjahr ist insbesondere auf die Bildung von Drohverlustrückstellungen für Finanzinstrumente zur Währungsabsicherung, die nicht die Voraussetzungen zur Bildung einer Bewertungseinheit erfüllten, zurückzuführen. Einen deutlichen Anstieg verzeichneten darüber hinaus die Rechts- und Beratungskosten im Zuge der Veräußerung des US-Produktionsgeschäfts, die konzernintern weiterbelastet wurden.

Ergebnis aus Gewinnabführungen und Beteiligungen

Die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen in Höhe von 432 Mio Euro (Vorjahr: 611 Mio Euro) enthalten im Geschäftsjahr 2022 nahezu ausschließlich die abgeführten Gewinne der deutschen

Senderfamilie. Der Rückgang resultierte insbesondere aus der schwächeren wirtschaftlichen Entwicklung im Geschäftsjahr 2022. Darüber hinaus wurde im Vorjahr eine Dividende in Höhe von 147 Mio Euro von der Tochtergesellschaft NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring, vereinnahmt. Die Aufwendungen aus Verlustübernahmen erhöhten sich im Geschäftsjahr 2022 auf 28 Mio Euro (Vorjahr: 12 Mio Euro).

Abschreibungen auf Finanzanlagen

Die Abschreibungen auf Finanzanlagen erhöhten sich im Geschäftsjahr 2022 um 430 Mio Euro auf 432 Mio Euro. Ursächlich hierfür war die teilweise Abschreibung auf den Beteiligungsbuchwert der Tochtergesellschaft NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring, in Höhe von 430 Mio Euro im Wesentlichen wegen der steigenden Kundenzurückhaltung im E-Commerce-Bereich aufgrund der durch den Russland/Ukraine-Krieg ausgelösten Energiekrise und der damit einhergehenden hohen Inflation.

Zinsen und ähnliche Aufwendungen

In den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen sind Zinsen aus der Aufzinsung der Pensionsrückstellungen in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) enthalten.

Zinsen und ähnliche Erträge

In den Zinsen und ähnlichen Erträgen sind im Geschäftsjahr 2022 Erträge aus dem Verkauf von Zinsoptionen in Höhe von 16 Mio Euro enthalten. Darüber hinaus wurde durch die vorzeitige Rückzahlung von Schuldscheindarlehen im Geschäftsjahr 2022 ein Ertrag in Höhe von 3 Mio Euro vereinnahmt.

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Neben dem von der Gesellschaft selbst erwirtschafteten steuerlichen Ergebnis ist die ProSiebenSat.1 Media SE als Organträgerin Steuerschuldnerin hinsichtlich der ihr über Ergebnisabführungsverträge verbundener Organgesellschaften zuzurechnenden Bemessungsgrundlagen. In den Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind periodenfremde Erträge in Höhe von 46 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro) enthalten. Der periodenfremde Ertrag resultiert im Wesentlichen aus der Auflösung einer Steuerrückstellung in Zusammenhang mit der Betriebsprüfung für die Jahre ab 2013. Darüber hinaus wurde im Geschäftsjahr 2022 ein latenter Steueraufwand in Höhe von 26 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) erfasst.

SONSTIGE ANGABEN

Haftungsverhältnisse

HAFTUNGSVERHÄLTNISSE
in Mio Euro

	31.12.2022	31.12.2021
Haftungsverhältnisse aus Bürgschaften	48	61
(davon für verbundene Unternehmen)	(48)	(61)

Die Haftungsverhältnisse aus Bürgschaften betreffen im Wesentlichen Bürgschaften und Garantien für verbundene Unternehmen.

Auf Basis einer kontinuierlichen Risikoeinschätzung der eingegangenen Haftungsverhältnisse und unter Berücksichtigung aller bis zur Aufstellung des Jahresabschlusses gewonnenen Erkenntnisse geht die ProSiebenSat.1 Media SE davon aus, dass die den Haftungsverhältnissen zugrundeliegenden Verpflichtungen von den jeweiligen Hauptschuldnern erfüllt werden können. Daher wird das Risiko einer Inanspruchnahme aus den Haftungsverhältnissen als gering eingeschätzt.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN
in Mio Euro

	fällig im Folgejahr	fällig im 2. bis 5. Jahr	fällig nach dem 5. Jahr	**Summe 31.12.2022**	Summe 31.12.2021
Programmvermögen	185	797	36	1.018	972
Distribution	22	29	—	51	64
Leasing- und Mietverpflichtungen	22	116	157	295	299
Sonstige Verpflichtungen	49	17	—	66	43
(davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	(12)	—	—	(12)	(10)
Summe	**278**	**959**	**193**	**1.430**	**1.378**

Das Einkaufsobligo aus Programmvermögen resultiert aus bis zum 31. Dezember 2022 abgeschlossenen Verträgen für den Erwerb von Film- und Serienlizenzen sowie Auftragsproduktionen.

Unter Distribution werden finanzielle Verpflichtungen aus Satelliten-Dienstleistungen, Verpflichtungen aus Verträgen über terrestrische Nutzung und Kabeleinspeisungsgebühren ausgewiesen.

Die Leasing- und Mietverpflichtungen beinhalten insbesondere Gebäudemietverträge über Büro- und Redaktionsräume am Standort Unterföhring. Die Laufzeit der wesentlichen Verträge erstreckt sich bis 2038. Darüber hinaus werden hier die Verpflichtungen aus der Gewährung von Firmenwagen erfasst.

Unter den Sonstigen Verpflichtungen werden im Wesentlichen Verpflichtungen aus sonstigen Dienstleistungsverträgen, das Bestellobligo und Mitgliedschaften ausgewiesen.

Darüber hinaus bestehen konzerninterne Verpflichtungen aus Finanzierungszusagen gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 196 Mio Euro (Vorjahr: 229 Mio Euro), deren Inanspruchnahme hinsichtlich Höhe und Zeitpunkt allerdings nicht vorhersehbar ist.

Außerbilanzielle Geschäfte

Den Regelungen des Handelsgesetzbuches und den Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung entsprechend gibt es Geschäfte, die nicht in der Bilanz abzubilden sind. Hierunter fallen bei der ProSiebenSat.1 Media SE im Wesentlichen Leasingverträge für Immobilien. Eine wesentliche finanzielle Auswirkung dieser Geschäfte auf die ProSiebenSat.1 Media SE ergibt sich nicht. Wesentliche Risiken und Vorteile dieser Geschäfte auf die Finanzlage der ProSiebenSat.1 Media SE sind nicht erkennbar.

Beschäftigte

ZAHL DER MITARBEITER:INNEN IM JAHRESDURCHSCHNITT

	2022	2021
Angestellte	396	367
Auszubildende, Volontär:innen und Praktikant:innen	51	53
Summe	**447**	420

Die durchschnittliche Zahl der Angestellten im Jahresdurchschnitt verteilt sich im Geschäftsjahr 2022 wie folgt auf die drei Aufgabenbereiche der ProSiebenSat.1 Media SE: Strategische Holding 118 Mitarbeiter:innen (Vorjahr: 121 Mitarbeiter:innen), Center of Excellence 206 Mitarbeiter:innen (Vorjahr: 178 Mitarbeiter:innen) und Shared Service Center 72 Mitarbeiter:innen (Vorjahr: 68 Mitarbeiter:innen).

Honorare des Abschlussprüfers

Die Angaben gem. § 285 Nr. 17 HGB über das von unserem Abschlussprüfer Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Geschäftsjahr 2022 berechnete Gesamthonorar sind im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember 2022 enthalten.

Derivative Finanzinstrumente

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist aufgrund ihrer operativen Tätigkeit und ihres Finanzierungsbedarfs verschiedenen finanzwirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Diese Risiken werden im Rahmen des Finanzrisikomanagements vom zentralen Treasury gesteuert. Ziele des Finanzrisikomanagements sind vor allem die Sicherung der jederzeitigen Zahlungsfähigkeit und die risikoadäquate Steuerung der Marktpreisrisiken. Die zur Steuerung der Marktpreisrisiken eingesetzten derivativen Finanzinstrumente dienen ausschließlich der Risikoabsicherung und werden nicht zu Spekulationszwecken verwendet.

Der Marktwert von Zinsswaps wird durch Abzinsung der erwarteten, zukünftigen Zahlungsströme ermittelt. Die Berechnung der Marktwerte der Zinscaps, Zinsfloors und Devisenoptionen basiert auf Grundlage marktüblicher Optionspreismodelle. Die Marktwerte der Devisentermingeschäfte ergeben sich aus am Markt gestellten Devisenterminkursen. Bei der Verwendung anderer Methoden kann es zu Abweichungen kommen.

Die Nominal- und Marktwerte der von der ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember 2022 gehaltenen derivativen Finanzinstrumente sind in der folgenden Übersicht dargestellt:

NOMINAL- UND MARKTWERTE

	Jahr der Fälligkeit			Nominal-betrag	Marktwert
	2023 Mio USD	2024 - 2027 Mio USD	ab 2028 Mio USD	31.12.2022 Mio USD	31.12.2022 Mio Euro
Währungssicherung					
Devisentermingeschäfte und Devisenswaps	400	265	0	665	38
	Mio Euro	Mio Euro	Mio Euro	Mio Euro	Mio Euro
Zinssicherung					
Zinssicherungsgeschäfte	1.000	700	—	1.700	52

Zum Abschlussstichtag entspricht die Höhe der mit den Bewertungseinheiten abgesicherten Risiken aus erwarteten nachteiligen oder vorteilhaften Wert- und Zahlungsstromänderungen den beizulegenden Zeitwerten der Sicherungsgeschäfte. Aufgrund von gleichartigen Risiken, werden sich die gegenläufigen Zahlungsströme aus Grund- und Sicherungsgeschäft voraussichtlich vollständig ausgleichen. Der Nachweis der prospektiven und retrospektiven Effektivität wird mithilfe regelmäßig durchgeführter Effektivitätstests erbracht. Aufgrund der Übereinstimmung der bewertungsrelevanten Parameter von Grund- und Sicherungsgeschäft erfolgt die Ermittlung der prospektiven Effektivität anhand der sogenannten "Critical Terms Match"-Methode und die Ermittlung der retrospektiven Effektivität anhand der sogenannten „Dollar-Offset-Methode“.

In den folgenden Bilanzposten sind die nach handelsrechtlichen Vorschriften bilanzierungs-pflichtigen derivativen Finanzinstrumente mit den angegebenen Buchwerten erfasst. Die Zinsoptionen werden zu Sicherungszwecken eingesetzt, sind aber nicht Bestandteil einer Bewertungseinheit nach § 254 HGB.

AUSWEIS DERIVATIVER FINANZINSTRUMENTE

in Mio Euro

	Sonstige Vermögensgegenstände		Forderungen (+)/ Verbindlichkeiten (-) gegenüber Kreditinstituten		Sonstige Rückstellungen		Sonstige Verbindlichkeiten	
	31.12.2022	31.12.2021	**31.12.2022**	31.12.2021	**31.12.2022**	31.12.2021	**31.12.2022**	31.12.2021
Zinsoptionen	22	2	0	—	—	—	6	2
Zinsswaps	—	—	1	−1	—	—	—	—
Devisentermingeschäfte	—	—	—	—	16	—	—	—
Summe	**22**	**2**	**1**	**−1**	**16**	**—**	**6**	**2**

Finanzinstrumente zur Absicherung des Fremdwährungsrisikos

Die ProSiebenSat.1 Media SE schließt einen wesentlichen Teil ihrer Lizenzverträge mit Produktionsstudios in den USA ab. Die finanziellen Verpflichtungen aus diesem Programmrechte-erwerb erfüllt die ProSiebenSat.1 Media SE in der Regel in US-Dollar. Aus diesem Grund können Wechselkursschwankungen zwischen Euro und US-Dollar die Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Media SE beeinträchtigen. Das Währungsrisiko aus Forderungen und Verbindlichkeiten in anderen Fremdwährungen bzw. für andere Zwecke ist aufgrund seines geringen Volumens vernachlässigbar.

Die ProSiebenSat.1 Media SE verfolgt einen konzernweiten Portfolioansatz. Als Fremdwährungs-Exposure wird dabei das Gesamtvolumen aller zukünftigen US-Dollar-Zahlungen verstanden, die aus bestehenden Lizenzverträgen resultieren und innerhalb eines Zeitraums von sieben Jahren fällig werden. Im Rahmen des Fremdwährungsmanagements setzt die ProSiebenSat.1 Media SE verschiedene derivative und originäre Finanzinstrumente zur Absicherung gegen Währungsschwankungen ein. Hierzu zählen Devisentermingeschäfte, Devisenswaps, Devisenoptionen und Währungsbestände (Devisenkassaposition) in US-Dollar.

Derivative Finanzinstrumente, die die Voraussetzungen für die Bilanzierung einer Sicherungsbeziehung erfüllen, werden im Rahmen von Bewertungseinheiten nach § 254 HGB bilanziert. Das Brutto-Fremdwährungs-Exposure der ProSiebenSat.1 Media SE wird mit den gegenläufigen Devisensicherungsgeschäften zu einer Portfolio-Bewertungseinheit zusammengefasst. Grund- und Sicherungsgeschäft werden für diesen Zweck jeweils mit den zugrundeliegenden Zahlungsströmen bewertet.

Die nachfolgende Tabelle zeigt das Netto-Fremdwährungs-Exposure der Gesellschaft:

WÄHRUNGSRISIKOANALYSE
in Mio USD

	31.12.2022	31.12.2021
Brutto-Fremdwährungs-Exposure	−1.227	−1.282
Devisensicherungsgeschäfte (in Bewertungseinheiten)	450	730
Devisensicherungsgeschäfte (nicht in Bewertungseinheiten)	204	195
Devisenkassaposition	51	52
	705	**977**
Netto-Exposure	**−522**	**−305**
Hedge ratio	57%	76%

Darüber hinaus hält die Gesellschaft Devisentermingeschäfte in Höhe von 5 Mio USD (Vorjahr: 8 Mio USD), die zum Ausgleich der Effekte aus den an Tochtergesellschaften weitergereichten Devisentermingeschäften in Höhe von 5 Mio USD (Vorjahr: 8 Mio USD) gehalten werden und zusammen in einer Bewertungseinheit bilanziert sind.

Finanzinstrumente zur Absicherung des Zinsrisikos

Unter Zinsrisiko versteht die ProSiebenSat.1 Media SE das Risiko steigender Finanzierungskosten durch einen Anstieg des Zinsniveaus. Die ProSiebenSat.1 Media SE ist durch ihre variabel verzinslichen finanziellen Darlehen einem Zinsrisiko ausgesetzt. Instrumente zur Absicherung des Zinsrisikos stellen Zinsswaps sowie Zinsoptionen (z. B. Zinscaps) dar. Zum 31. Dezember 2022 waren sämtliche Zinsswaps in Bewertungseinheiten designiert, demgegenüber werden Zinsoptionen freistehend bilanziert.

Freistehende Derivate zur Absicherung des Zinsrisikos

Die ProSiebenSat.1 Media SE sichert das Zinsrisiko auch mit freistehenden Zinsoptionen ab. Bei den Zinsoptionen erwirbt die ProSiebenSat.1 SE als Käuferin das Recht, aber nicht die Verpflichtung, zukünftige variable Zinszahlungen gegen feste Zinszahlungen zu tauschen oder eine Ausgleichszahlung in Höhe der Differenz, zwischen der im Optionsvertrag vereinbarten und der aus dem Marktzins ermittelten Zinszahlung zu erhalten. Damit kommt es effektiv ebenfalls zu einer Überführung der zukünftigen variablen Zinszahlungen in fixe Zinszahlungen, aber nur dann, wenn dies für die ProSiebenSat.1 SE vorteilhaft ist. Für das erworbene Tauschrecht ist eine Optionsprämie zu leisten. Da die Zinsderivate ausschließlich der Absicherung des bestehenden Zinsrisikos dienen, besteht keine Glattstellungsintention.

Im Zuge der Verlängerung des Konsortialkredits hat die ProSiebenSat.1 Media SE das Sicherungsportfolio in Bezug auf die Zinsoptionen angepasst. Zum 31. Dezember 2022 bestehen nunmehr Zinsoptionen über 700 Mio Euro (Vorjahr: Zinscaps in Höhe von 1.000 Mio Euro), wovon 650 Mio Euro zur Absicherung des Zinsrisikos bis 2027 dienen, und weitere 50 Mio Euro zur Absicherung des Zinsrisikos bis 2025. Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinscaps beläuft sich zum 31.Dezember 2021 auf 1,5 Prozent p.a. (Vorjahr: 0,0 % p.a.).

Bewertungseinheiten zur Absicherung des Zinsrisikos

Neben den vorher genannten freistehenden Derivaten sichert die ProSiebenSat.1 Media SE das Zinsrisiko mit Zinsswaps ab, die in Bewertungseinheiten designiert sind (Mikro Hedge). Bei Zinsswaps werden variable Zinszahlungen gegen feste Zinszahlungen getauscht. Dadurch werden die zukünftigen, variabel verzinslichen und somit unsicheren Zinszahlungen der Darlehen kompensiert und durch festverzinsliche Zinszahlungen ersetzt.

Zum 31. Dezember 2022 hält die ProSiebenSat.1 Media SE wie im Vorjahr Zinsswaps mit einem Nominalvolumen in Höhe von insgesamt 1.000 Mio Euro (Vorjahr: 1.000 Mio EUR), die das Euribor-Zinsrisiko im Zeitraum bis 2023 absichern und als Sicherungsinstrumente in Bewertungseinheiten designiert wurden. Diese Zinsswaps sind analog zu den gesicherten Grundgeschäften mit einer Zinsuntergrenze ausgestattet.

Der durchschnittliche Festzinssatz der Zinsswaps beläuft sich zum 31. Dezember 2022 auf 0,5 Prozent p.a. (Vorjahr: 0,5 % p.a.).

Bei den im Rahmen des Zinsrisikomanagements gesteuerten Finanzverbindlichkeiten liegt der Festzinsanteil bezogen auf den Nominalbetrag der gesamten Finanzverbindlichkeiten zum 31. Dezember 2022 bei 86 Prozent (Vorjahr: 100 %).

Vorstand und Aufsichtsrat

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE einschließlich ihrer Mitgliedschaft in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien sind im Anhang in den Abschnitten „Mitglieder des Vorstands“ und „Mitglieder des Aufsichtsrats“ aufgeführt.

Die Gesellschaft hat den Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats weder Darlehen gewährt noch für diese Bürgschaften oder Gewährleistungen übernommen.

Die Vergütung der zum Ende des Geschäftsjahres amtierenden Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media SE, einschließlich der anteiligen regulären Vergütung für im abgelaufenen Jahr ausgeschiedene Mitglieder, beträgt im Berichtsjahr 9 Mio Euro (Vorjahr: 9 Mio Euro). In diesen Vergütungen sind variable Bestandteile (inklusive sonstiger Vergütungen) in Höhe von 5 Mio Euro (Vorjahr: 6 Mio Euro) und Nebenleistungen in Höhe von 0 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) enthalten. Zudem erhalten die Vorstandsmitglieder eine langfristige aktienbasierte Vergütungskomponente. Der Zeitwert der im Geschäftsjahr 2022 an Vorstandsmitglieder gewährten aktienbasierten Vergütungskomponente betrug 4 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro) bzw. 284.497 Performance Share Units (Vorjahr: 220.135 Performance Share Units).

An ehemalige Mitglieder des Vorstands wurden im Geschäftsjahr 2022 Gesamtbezüge in Höhe von 10 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro) ausbezahlt. Darin enthalten ist die Abfindung in Höhe von rund 9 Mio Euro für Rainer Beaujean, der zum 3. Oktober 2022 aus dem Vorstand ausgeschieden ist. Darüber hinaus wurden an ehemalige Mitglieder des Vorstands Versorgungsleistungen in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) gezahlt.

Für Pensionszusagen gegenüber zum 31. Dezember 2022 amtierenden Mitgliedern des Vorstands hat die ProSiebenSat.1 Media SE einen Erfüllungsbetrag vor Saldierung mit dem Deckungsvermögen in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) berücksichtigt. Für Pensionsverpflichtungen gegenüber ehemaligen Mitgliedern des Vorstands ergab sich zum 31. Dezember 2022 ein Erfüllungsbetrag in Höhe von insgesamt 29 Mio Euro (Vorjahr: 28 Mio Euro) vor Saldierung mit dem Deckungsvermögen.

Die Leistungen an den Vorstand sind – bis auf die Performance Share Plan Tranchen 2020 - 2022 und Pensionsansprüche – alle kurzfristig fällig.

Für den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE sind im Berichtsjahr Aufwendungen in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro) angefallen.

Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in der Satzung der Gesellschaft festgelegt.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat eine feste jährliche Vergütung. Für den Vorsitzenden des Aufsichtsrats beträgt die feste Vergütung 250.000 Euro, für seinen Stellvertreter 150.000 Euro sowie für alle sonstigen Mitglieder des Aufsichtsrats 100.000 Euro. Der Vorsitzende eines Ausschusses des Aufsichtsrats erhält zusätzlich eine feste jährliche Vergütung von 30.000 Euro, für den Vorsitzenden des Audit and Finance Committee beträgt die zusätzliche feste Vergütung 50.000 Euro. Für die Mitgliedschaft in einem Ausschuss des Aufsichtsrats erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats ferner eine feste jährliche Vergütung in Höhe von 7.500 Euro. Darüber hinaus erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats für jede persönliche Teilnahme an einer Sitzung des Aufsichtsrats ein Sitzungsgeld in Höhe von 2.000 Euro. Für den Vorsitzenden des Aufsichtsrats beträgt das Sitzungsgeld 3.000 Euro für jede persönliche Teilnahme an einer Aufsichtsratssitzung. Für mehrere Sitzungen, die an einem Tag stattfinden, wird das Sitzungsgeld nur einmal gezahlt. Eine erfolgsorientierte variable Vergütung wird nicht gewährt.

Die aktuellen Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats halten zum Stichtag 31. Dezember 2022 insgesamt unmittelbar 135.173 Aktien (Vorjahr: 336.626 Aktien) der ProSiebenSat.1 Media SE. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Grundkapital von 0,1 Prozent (Vorjahr: 0,1 %).

Nach Artikel 19 der Marktmissbrauchsverordnung (MAR) müssen die Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE Wertpapiergeschäfte mit Bezug auf die ProSiebenSat.1 Aktie melden. Meldepflichtig sind ferner Wertpapiergeschäfte naher Angehöriger.

Für das Geschäftsjahr 2022 wurden der ProSiebenSat.1 Media SE 4 Geschäfte gemeldet, bei denen Mitglieder des Aufsichtsrats 9.247 Aktien gekauft haben und 4 Geschäfte gemeldet, bei denen Mitglieder des Vorstands 111.718 Aktien gekauft haben. Für das Geschäftsjahr 2021 wurden der ProSiebenSat.1 Media SE insgesamt 10 Geschäfte gemeldet, bei denen Mitglieder des Aufsichtsrats 31.478 Aktien gekauft haben und 7 Geschäfte gemeldet, bei denen Mitglieder des Vorstands 78.868 Aktien gekauft haben. Diese Geschäfte hat die ProSiebenSat.1 Media SE unverzüglich nach Artikel 19 MAR auf ihrer Internetseite (www.prosiebensat1.com) bekannt gemacht.

Konzernzugehörigkeit

Die ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, erstellt als deutsche Muttergesellschaft einen Konzernabschluss. Der Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE wird unter Anwendung der International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, und den nach § 315e Abs. 1 HGB ergänzend zu beachtenden handelsrechtlichen Vorschriften erstellt. Der Konzernabschluss wird im elektronischen Bundesanzeiger bekannt gemacht.

Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE haben im Dezember 2022 und nach einer Aktualisierung im April 2023 gemeinsam die nach § 161 AktG vorgeschriebene jährliche Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex abgegeben und der Öffentlichkeit auf der Internetseite der ProSiebenSat.1 Media SE (www.prosiebensat1.com) dauerhaft zugänglich gemacht.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Ausführungen zum Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz („ZAG“)-Sachverhalt

Am 28. Februar 2023 hat die ProSiebenSat.1 Media SE im Rahmen einer Ad-hoc-Mitteilung bekannt gegeben, dass sie nach einem kurz zuvor erhaltenen Hinweis auf der Grundlage der Ergebnisse einer externen Prüfung davon ausgeht, dass die Geschäftstätigkeit ihrer beiden Tochtergesellschaften Jochen Schweizer GmbH („Jochen Schweizer“) und mydays GmbH („mydays“), die im Wesentlichen im Vertrieb von Gutscheinen besteht, in Teilen unter das Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz („ZAG”) fällt.

Jochen Schweizer und mydays haben daraufhin ihr Produktangebot am 13. / 14. März 2023 angepasst, um die in der Ad-hoc-Mitteilung genannten aufsichtsrechtlichen Bedenken auszuräumen. Mit Schreiben vom 6. April 2023 teilte die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht („BaFin") als zuständige Aufsichtsbehörde Jochen Schweizer und mydays mit, dass diese für das weitere Betreiben ihres zum 13. / 14. März 2023 angepassten Produktangebots keiner Erlaubnis der BaFin bedürfen.

Gleichzeitig hat die BaFin mitgeteilt, dass sie auf Grundlage ihrer gegenwärtigen Verwaltungspraxis davon ausgeht, dass Jochen Schweizer und mydays für die Ausgabe eines Teils der vor dem 13. / 14. März 2023 ausgegebenen Gutscheinprodukte einer Erlaubnis der BaFin nach dem ZAG bedurften. Jochen Schweizer und mydays stimmen derzeit die Modalitäten der Abwicklung der betroffenen Gutscheinprodukte mit der BaFin ab.

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat unverzüglich nach Veröffentlichung der Ad-hoc-Mitteilung die Durchführung einer unabhängigen internen Untersuchung durch eine externe Rechtsanwaltskanzlei veranlasst. Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE unterstützt diese Untersuchung vollumfänglich. Die Untersuchung dient der Aufklärung von etwaigem Fehlverhalten von Mitgliedern der Leitungsorgane und Mitarbeiter:innen im ProSiebenSat.1-Konzern, insbesondere im Hinblick auf Pflichten der betroffenen Gesellschaften nach dem ZAG.

Gleichzeitig hat die Staatsanwaltschaft München I einen Beobachtungsvorgang eingeleitet, wobei sie den Anfangsverdacht möglicher Straftaten prüft. Die ProSiebenSat.1 Media SE und deren betroffene Tochtergesellschaften kooperieren umfassend mit den zuständigen Behörden. Die möglichen finanziellen Belastungen für den Konzern im Zusammenhang mit den behördlichen Untersuchungen sind derzeit noch nicht abschätzbar, könnten aber erheblich sein.

Die vorgenannten Umstände haben sich auf die laufenden Erstellungs- und Prüfungsarbeiten für den Jahres- und Konzernabschluss ausgewirkt, so dass die Bilanz-Pressekonferenz nicht wie geplant am 2. März 2023 stattfinden konnte. Als Folge der späteren Offenlegung des Jahres- und Konzernabschlusses musste auch der Termin für die ordentliche Hauptversammlung verschoben werden.

Am 13. März 2023 sind die von der NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring, gehaltenen Anteile an der Jochen Schweizer mydays Holding GmbH, München, an die ProSiebenSat.1 Media SE übergegangen. Direkt im Nachgang zu dieser Transaktion hat die ProSiebenSat.1 Media SE der Jochen Schweizer mydays Holding GmbH eine Finanzierungszusage gegeben, die die finanziellen Auswirkungen hinsichtlich der Anpassung des Produktangebots reflektiert. Das Produktangebot wurde vor dem Hintergrund der in der Ad-hoc-Mitteilung vom 28. Februar 2023 genannten aufsichtsrechtlichen Bedenken bei den Tochtergesellschaften Jochen Schweizer GmbH, München, und mydays GmbH, München, angepasst. Diese Finanzierungszusage ist auf einen Höchstbetrag von 86,9 Mio Euro beschränkt und hat eine Laufzeit bis zum 31. Dezember 2024. Zusätzlich zu diesen Maßnahmen hat die ProSiebenSat.1 Media SE im April 2023 der Jochen Schweizer mydays Holding GmbH eine Patronatserklärung in Bezug auf deren Zahlungsverpflichtungen gegenüber ihren Tochtergesellschaften gegeben, die vorerst bis Mitte 2024 befristet ist und die Unternehmensfortführung der begünstigten Gesellschaft sicherstellen soll.

Personelle Veränderung im Vorstand

Vorstandsmitglied & Finanzvorstand Ralf Peter Gierig ist am 27. April 2023 vor Beschlussfassung über die Aufstellung des Jahres- und Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2022 aus dem Unternehmen ausgeschieden.

Stimmrechtsmitteilungen

Gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG sind Angaben über das Bestehen von Beteiligungen zu machen, die der ProSiebenSat.1 Media SE nach § 33 Abs. 1 oder Abs. 2 des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG) mitgeteilt worden sind.

Der folgenden Tabelle können die im Geschäftsjahr 2022 mitgeteilten meldepflichtigen Beteiligungen entnommen werden. Die Angaben sind jeweils der zeitlich letzten Mitteilung eines Meldepflichtigen an die Gesellschaft entnommen worden. Sämtliche Beteiligungsmeldungen wurden von der ProSiebenSat.1 Media SE im Geschäftsjahr 2022 gemäß WpHG veröffentlicht und sind auf der Unternehmenswebsite abrufbar (http://www.prosiebensat1.de/de/investor-relations/publikationen/stimmrechtsmitteilungen).

Es wird darauf hingewiesen, dass die Angaben zu der Beteiligung in Prozent und in Stimmrechten zwischenzeitlich überholt sein können.

Meldepflichtiger	Datum der Schwellen-berührung	Datum der Veröffentlichung	Meldeschwelle	Stimmrechte/Instrumente gem. WpHG	Stimmrechte in %	Stimmrechte absolut
Credit Suisse Group AG, Zürich, Schweiz	13.04.2022	22.04.2022	5% Unterschreitung (Instrumente)	§§ 33,34 WpHG (Stimmrechte)	0,46	1.063.539
				§ 38 Abs.1 Nr.1 WpHG (Instrumente)	3,35	7.814.284
				Summe	3,81	-/-
Silvio Berlusconi[1]	01.11.2022	02.11.2022	5% Überschreitung (Instrumente)	§§ 33,34 WpHG (Stimmrechte)	22,72	52.929.749
				§ 38 Abs.1 Nr.1 WpHG (Instrumente)	2,29	5.332.374
				§ 38 Abs.1 Nr.2 WpHG (Instrumente)	4,00	9.320.000
				Summe	29,01	-/-

1 Name des Aktionärs mit 3 % oder mehr Stimmrechten: MFE-MEDIAFOREUROPE N.V., Mediaset España Communicatión, S.A.

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS IM GESCHÄFTSJAHR 2022

in Tsd Euro

	Anschaffungskosten				
	01.01.2022	**Zugänge**	**Abgänge**	**Um-buchungen**	**31.12.2022**
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	7.434,5	273,1	857,0	358.2	7.208,9
2. Geleistete Anzahlungen	411,3	251,0	—	−358,2	304,1
	7.845,8	**524,1**	**857,0**	**—**	**7.513,0**
II. Sachanlagen					
1. Bauten auf fremden Grundstücken	100.986,3	4.987,5	6.285,5	3.343,5	103.031,8
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	12.698,6	702,5	4.373,8	85,9	9.113,2
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	27.672,7	20.087,1	—	−3.429,4	44.330,4
	141.357,6	**25.777,1**	**10.659,3**	**—**	**156.475,4**
III. Finanzanlagen					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	7.338.948,9	12.500,0	—	—	7.351.448,9
2. Ausleihungen an verbundenen Unternehmen	46.253,9	19.381,2	—	—	65.635,1
3. Beteiligungen	6,3	—	—	—	6,3
4. Wertpapiere des Anlagevermögens	5.129,8	—	5.129,8	—	—
5. Sonstige Ausleihungen	24.487,8	89,0	1.149,5	—	23.427,3
	7.414.826,7	**31.970,2**	**6.279,3**	**—**	**7.440.517,6**
Summe	**7.564.030,1**	**58.271,4**	**17.795,6**	**—**	**7.604.506,0**



ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS IM GESCHÄFTSJAHR 2022

in Tsd Euro

	Kumulierte Abschreibungen/Zuschreibungen				
	01.01.2022	**Zugänge**	**Abgänge**	**Zuschrei-bungen**	**31.12.2022**
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	6.103,5	1.098,7	857,0	—	6.345,2
2. Geleistete Anzahlungen	7,8	—	—	—	7,8
	6.111,3	**1.098,7**	**857,0**	**—**	**6.353,0**
II. Sachanlagen					
1. Bauten auf fremden Grundstücken	57.057,8	6.753,6	6.284,5	—	57.526,9
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	9.407,8	934,0	4.340,4	—	6.001,4
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	—	—	—	—	—
	66.465,6	**7.687,6**	**10.624,9**	**—**	**63.528,3**
III. Finanzanlagen					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	15.269,0	429.561,1	—	1.769,6	443.060,5
2. Ausleihungen an verbundenen Unternehmen	1.656,9	—	—	—	1.656,9
3. Beteiligungen	—	—	—	—	—
4. Wertpapiere des Anlagevermögens	1.233,6	—	1.233,6	—	—
5. Sonstige Ausleihungen	569,5	44,5	—	—	614,0
	18.729,0	**429.605,6**	**1.233,6**	**1.769,6**	**445.331,4**
Summe	**91.305,9**	**438.391,9**	**12.715,5**	**1.769,6**	**515.212,7**

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS IM GESCHÄFTSJAHR 2022

in Tsd Euro

	Restbuchwerte	
	31.12.2021	**31.12.2022**
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	1.331,0	863,7
2. Geleistete Anzahlungen	403,5	296,2
	1.734,5	**1.159,9**
II. Sachanlagen		
1. Bauten auf fremden Grundstücken	43.928,6	45.505,0
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.290,8	3.111,8
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	27.672,7	44.330,4
	74.892,0	**92.947,2**
III. Finanzanlagen		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	7.323.679,8	6.908.388,3
2. Ausleihungen an verbundenen Unternehmen	44.597,0	63.978,2
3. Beteiligungen	6,3	6,3
4. Wertpapiere des Anlagevermögens	3.896,2	-
5. Sonstige Ausleihungen	23.918,3	22.813,3
	7.396.097,5	**6.995.186,1**
Summe	**7.472.724,0**	**7.089.293,1**

MITGLIEDER DES VORSTANDS

Mitglieder des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE sowie deren Mandate in anderen Aufsichtsräten[1] zum 31. Dezember 2022

Hubertus ("Bert") Habets, Vorstandsvorsitzender (Group CEO)	Vorstandsvorsitzender (Group CEO) seit 1. November 2022	Inländische Mandate: NCG - NUCOM GROUP SE, Unterföhring (Mitglied des Aufsichtsrats seit 14. November 2022 und Aufsichtsratsvorsitzender seit 25. November 2022) ParshipMeet Holding GmbH, Hamburg (Beiratsmitglied seit 1. November 2022 und Beiratsvorsitzender seit 2. Dezember 2022)
Ralf Peter Gierig, Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO)	Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO) seit 1. Januar 2022	Inländisches Mandat: NCG - NUCOM GROUP SE, Unterföhring (Mitglied des Aufsichtsrats und Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender, Aufsichtsratsvorsitzender vom 11. bis 24. November 2022)
Wolfgang Link, Vorstandsmitglied (verantwortlich für Entertainment)	Vorstandsmitglied	Inländische Mandate: Joyn GmbH, München (Beiratsmitglied bis 20. Dezember 2022), ParshipMeet Holding GmbH, Hamburg (Beiratsmitglied)
Christine Scheffler, Vorstandsmitglied (verantwortlich für HR, Compliance & Sustainability)	Vorstandsmitglied	Inländische Mandate: NCG - NUCOM GROUP SE, Unterföhring (Mitglied des Aufsichtsrats, Stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende vom 11. bis 24. November 2022), ParshipMeet Holding GmbH, Hamburg (Beiratsmitglied)
Rainer Beaujean, Vorstandsvorsitzender (Group CEO) Niederlegung des Amtes zum 3. Oktober 2022	Vorstandsvorsitzender (Group CEO) vom 1. Januar 2022 bis 3. Oktober 2022	Inländische Mandate: NCG - NUCOM GROUP SE, Unterföhring (Mitglied des Aufsichtsrats und Aufsichtsratsvorsitzender bis 4. Oktober 2022), Jochen Schweizer mydays Holding GmbH, München (Beiratsmitglied und Beiratsvorsitzender bis 4. Oktober 2022) Joyn GmbH, München (Beiratsmitglied bis 4. Oktober 2022), ParshipMeet Holding GmbH, Hamburg (Beiratsmitglied und Beiratsvorsitzender bis 4. Oktober 2022), Rheinische Post Mediengruppe GmbH, Düsseldorf (Mitglied des Aufsichtsrats), Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf (Mitglied des Aufsichtsrats)

1 Die Darstellung der Mandate beschreibt die Mitgliedschaften in nach deutschen Gesetzen zu bildenden Aufsichtsräten sowie Mitgliedschaften in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen

MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS

Mitglieder des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE sowie deren Mandate in anderen Aufsichtsräten zum 31. Dezember 2022[1]

Dr. Andreas Wiele, Vorsitzender	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 13. Februar 2022 (gerichtlich bestellt) / Aufsichtsratsvorsitzender seit 5. Mai 2022 Giano Capital (General Partner)	Ausländische Mandate: Giano Capital Management S.à r.l., Luxemburg OakTree Power Ltd., London, Vereinigtes Königreich
Dr. Marion Helmes, Stellvertretende Vorsitzende	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Mitglied in verschiedenen Aufsichtsräten	Inländisches Mandat: Siemens Healthineers AG, München Ausländische Mandate: LONZA Group AG, Basel, Schweiz Heineken N.V., Amsterdam, Niederlande
Lawrence A. Aidem	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Reverb Advisors (Managing Partner)	Mandate: keine
Erik Huggers	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 PMR Ventures S.r.l. (Investor)	Ausländische Mandate: Freepik Company S.L., Malaga, Spanien WeTransfer B.V., Amsterdam, Niederlande Hexagon AB, Stockholm, Schweden
Marjorie Kaplan	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 16. Mai 2018 Selbstständige Unternehmerin	Ausländisches Mandat: ArtBnk, LLC, Newmarket, New Hampshire, USA
Ketan Mehta	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 24. November 2015 Allen & Company LLC (Managing Director)	Mandate: keine
Dr. Antonella Mei-Pochtler	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 13. April 2020 Selbstständige Unternehmerin	Inländisches Mandat: Westwing Group AG, München Ausländische Mandate: Assicurazioni Generali SpA, Mailand, Italien Publicis Groupe S.A., Paris, Frankreich Plenitude S.p.A., Mailand, Italien
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Mitglied in verschiedenen Aufsichtsräten	Inländische Mandate: Continental AG, Hannover Covestro AG, Leverkusen (bis 21. April 2022) Covestro Deutschland AG, Leverkusen (bis 21. April 2022)
Hubertus ("Bert") Habets (Niederlegung des Amtes zum 31. Oktober 2022)	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE von 5. Mai bis 31. Oktober 2022 Selbständiger Unternehmer und Berater	Mandate: keine
Dr. Werner Brandt (Ende der Amtszeit mit Ablauf der Hauptversammlung vom 5. Mai 2022)	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG von 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE von 21. Mai 2015 bis 5. Mai 2022 Aufsichtsratsvorsitzender der RWE AG	Inländische Mandate: RWE AG, Essen Siemens AG, Berlin/München

1 Die Darstellung der Mandate beschreibt die Mitgliedschaften in anderen nach deutschen Gesetzen zu bildenden Aufsichtsräten sowie Mitgliedschaften in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen

ANTEILSBESITZLISTE NACH § 285 NR. 11 HGB DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE ZUM 31. DEZEMBER 2022

Name der Gesellschaft	Sitz	Anteils-beziehung	Beteili-gung**	Währung***	Eigenkapital in Tausend *	Jahres-ergebnis in Tausend *	Fuss-note
Verbundene Unternehmen							
Deutschland							
7Love Holding GmbH	Hamburg	indirekt	96,93	EUR	728.972	-147	
AdTech S8 GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	56.870	-2	
be Around GmbH	Berlin	indirekt	100,00	EUR	-11.977	-7.999	
be Around Holding GmbH	Berlin	indirekt	80,00	EUR	122.940	33	
BuzzBird Beteiligungsgesellschaft mbH	Berlin	indirekt	100,00	EUR	2.673	-3	
BuzzBird GmbH	Berlin	indirekt	100,00	EUR	454	-379	
Cheerio Entertainment GmbH	Köln	indirekt	100,00	EUR	- / -	- / -	1
esome advertising technologies GmbH	Hamburg	indirekt	100,00	EUR	12.995	1.516	
Fem Media GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	53.890	158	
Flaconi Gesellschaftertreuhand GmbH	Berlin	indirekt	100,00	EUR	23	-2	
Flaconi GmbH	Berlin	indirekt	100,00	EUR	21.908	0	2
Flaconi Logistik GmbH & Co. KG	Berlin	indirekt	100,00	EUR	185	-30	
Flat White Productions GmbH	Köln	indirekt	100,00	EUR	25	0	
Glomex GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	18.905	0	2
Jochen Schweizer GmbH	München	indirekt	100,00	EUR	-84.778	-6.371	
Jochen Schweizer mydays Holding GmbH	München	indirekt	89,90	EUR	151.831	-184	
Joyn GmbH	München	indirekt	100,00	EUR	5.022	-83.555	
JSMD Event GmbH	München	indirekt	100,00	EUR	81	-499	
Kairion GmbH	Frankfurt am Main	indirekt	100,00	EUR	-690	-17	
LOVOO GmbH	Dresden	indirekt	100,00	EUR	4.799	3.505	
Marketplace GmbH	Berlin	indirekt	100,00	EUR	112.762	366	
marktguru Deutschland GmbH	München	indirekt	90,00	EUR	5.227	2.875	
Masterpiece Gaming GmbH	Norderstedt	indirekt	100,00	EUR	11.196	0	2
MMP Event GmbH	Köln	indirekt	100,00	EUR	23	-139	
mydays GmbH	München	indirekt	100,00	EUR	-102.273	-28.625	
NCG - NUCOM GROUP SE	Unterföhring	direkt	71,59	EUR	728.189	-160.310	
NCG Commerce GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	578.395	0	2
P7S1 SBS Holding GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	53.960	0	2
PARSHIP ELITE Service GmbH	Hamburg	indirekt	100,00	EUR	95	0	2
Parship Group GmbH	Hamburg	indirekt	100,00	EUR	638.355	26.945	
ParshipMeet Holding GmbH	Hamburg	direkt	55,00	EUR	1.146.911	-4.116	
PE Digital GmbH	Hamburg	indirekt	100,00	EUR	25.000	0	2
PEG Management GmbH & Co. KG	Unterföhring	indirekt	30,30	EUR	14.846	-1.000	3
ProSiebenSat.1 Achte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	26	0	2
ProSiebenSat.1 Digital Content GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	90.741	-7.988	
ProSiebenSat.1 Digital Data GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	6.257	0	2
ProSiebenSat.1 Einundzwanzigste Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	25	0	2
ProSiebenSat.1 Entertainment Investment GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	3.175	0	2
ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	25	0	2
ProSiebenSat.1 Fünfzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	25	0	2
ProSiebenSat.1 GP II GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	93	-23	
ProSiebenSat.1 Services GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	1.034	-677	
ProSiebenSat.1 Tech Solutions GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	91.913	0	2
Pyjama Pictures GmbH	Berlin	indirekt	55,00	EUR	-26	694	
Red Arrow Studios International GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	125	0	2
RedSeven Entertainment GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	25	0	2



Regiondo GmbH	München	indirekt	100,00	EUR	3.084	-6.120	
SAM Sports - Starwatch Artist Management GmbH	Hamburg	indirekt	100,00	EUR	-833	255	
Sat.1 Norddeutschland GmbH	Hannover	indirekt	100,00	EUR	25	0	2
Seven.One AdFactory GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	32.671	0	2
Seven.One Entertainment Group GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	2.803.014	0	2
Seven.One Media GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	5.997	0	2
Seven.One Pay TV GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	5.225	0	2
Seven.One Production GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	37.978	0	2
Seven.One Studios GmbH (vormals Red Arrow Studios GmbH)	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	279.881	0	2
SevenOne Capital (Holding) GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	50.024	0	2
SevenPictures Film GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	2.268	0	2
SevenVentures GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	132.248	0	2
SilverTours GmbH	Köln	indirekt	100,00	EUR	13.595	0	2
SMARTSTREAM.TV GmbH	München	indirekt	91,00	EUR	26.908	6.564	
Studio 71 GmbH	Berlin	indirekt	100,00	EUR	2.903	-432	
Stylight GmbH	München	indirekt	100,00	EUR	11.585	1.080	
TMG Holding Germany GmbH	Dresden	indirekt	100,00	EUR	20.897	3.879	
tv weiss-blau Rundfunkprogrammanbieter GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	1.027	0	2
Verivox Finanzvergleich GmbH	Heidelberg	indirekt	100,00	EUR	28	0	2
Verivox GmbH	Heidelberg	indirekt	100,00	EUR	35.848	0	2
Verivox Holding GmbH	Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	231.193	9.501	
Verivox Versicherungsvergleich GmbH	Heidelberg	indirekt	100,00	EUR	1.623	0	2
Virtual Minds GmbH	Freiburg im Breisgau	indirekt	100,00	EUR	56.457	-5.871	
VX Sales Solutions GmbH	Heidelberg	indirekt	100,00	EUR	3.983	3.461	
wetter.com GmbH	Konstanz	indirekt	100,00	EUR	6.111	0	2
Armenien							
Marktguru LLC	Jerewan	indirekt	100,00	AMD	27.194	7.999	
Australien							
eHarmony Australia Pty Limited	Sydney	indirekt	100,00	AUD	- / -	- / -	1
Dänemark							
Snowman Productions ApS	Kopenhagen	indirekt	100,00	DKK	34.934	10.832	
Israel							
July August Communications and Productions Ltd.	Tel Aviv	indirekt	100,00	ILS	6.759	2.717	
The Band´s Visit LP	Tel Aviv	indirekt	55,00	ILS	- / -	- / -	1
Malta							
Masterpiece Gaming Limited	Valletta	indirekt	100,00	EUR	- / -	- / -	1
Mexiko							
Quepasa.com de Mexico, S.A. de C.V.	Hermosillo	indirekt	99,00	MXN	- / -	- / -	1
Niederlande							
P7S1 Broadcasting Holding I B.V.	Amsterdam	indirekt	100,00	EUR	50.724	573	
SNDC8 B.V.	Amsterdam	indirekt	100,00	EUR	50.790	8.466	
Österreich							
ATV Privat TV GmbH	Wien	indirekt	100,00	EUR	26	0	
ATV Privat TV GmbH & Co KG	Wien	indirekt	100,00	EUR	21.005	6.122	
ProSieben Austria GmbH	Wien	indirekt	100,00	EUR	64	6	
ProSiebenSat.1Puls 4 GmbH	Wien	indirekt	100,00	EUR	17.140	-1.717	
Puls 4 TV GmbH	Wien	indirekt	100,00	EUR	34	0	
PULS 4 TV GmbH & Co KG	Wien	indirekt	100,00	EUR	680	92	
SAT.1 Privatrundfunk und Programmgesellschaft m.b.H	Wien	indirekt	75,50	EUR	369	132	
SevenVentures Austria GmbH	Wien	indirekt	100,00	EUR	2.762	889	
Visivo Consulting GmbH	Wien	indirekt	63,78	EUR	333	222	
Rumänien							
MyVideo Broadband S.R.L.	Bukarest	indirekt	100,00	RON	1.823	-105	
Regiondo Software S.R.L.	Sibiu	indirekt	100,00	RON	-585	-251	



Schweden							
Snowman Productions AB	Stockholm	indirekt	100,00	SEK	8.593	-1.239	
Schweiz							
ADITION Schweiz GmbH in liquidazione	Locarno	indirekt	100,00	CHF	- / -	- / -	1
Seven.One Entertainment Group Schweiz AG	Zürich	indirekt	100,00	CHF	13.816	12.275	
SevenVentures (Schweiz) AG in Liquidation	Zürich	indirekt	100,00	CHF	1.358	278	
Verivox Schweiz AG in Liquidation	Zürich	indirekt	100,00	CHF	-64	-37	
Serbien							
esome advertising technologies d.o.o. Beograd	Belgrad	indirekt	100,00	RSD	3.191	7.131	
Spanien							
Danville Gestión de Activos, S.L.	Madrid	indirekt	100,00	EUR	- / -	- / -	1
SilverTours Technology S.L.	Alicante	indirekt	100,00	EUR	- / -	- / -	1
Ukraine							
Glomex TOV	Kiew	indirekt	100,00	UAH	- / -	- / -	1
Vereinigtes Königreich							
CPL Good Vibrations Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
CPL Productions Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
CPL RB Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
CPL Tiny Beast Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
eHarmony UK Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
Endor (Vienna 2) Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
Endor (Vienna 3) Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
Endor (Vienna) Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
Endor Productions Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
Glomex Limited	Birmingham	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
LHB Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
P7S1 Broadcasting (UK) Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
ProSiebenSat.1 Digital Content GP Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
ProSiebenSat.1 Digital Content LP	London	indirekt	99,15	GBP	- / -	- / -	1
Red Arrow Studios Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
Spider Pictures Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
Studio 71 UK Limited	London	indirekt	100,00	GBP	- / -	- / -	1
Vereinigte Staaten von Amerika							
8383 Productions, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Collected Labs LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Collective Digital Studio GP, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Digital Air LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Digital Atoms, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Digital Bytes, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Digital Cacophony, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Digital Diffusion, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Digital Echo, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Digital Fire LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
eHarmony, Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Fabrik Entertainment, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Fourteenth Hour Productions, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
HI5 Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Ifwe Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Initech, LLC	Olympia, WA	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Node Productions, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
ParshipMeet US Holding Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Pave Network, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Prank Film, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Red Arrow Studios, Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Seven.One NewsTime Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Skout, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Studio 71 (Canada), Inc.	Beverly Hills, CA	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1



Studio 71, LP	Wilmington, DE	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Stylight Inc.	Lewes, DE	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
The Fred Channel, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	70,00	USD	- / -	- / -	1
The Meet Group, Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Assoziierte Unternehmen							
Deutschland							
AGF Videoforschung GmbH	Frankfurt am Main	direkt	17,65	EUR	7.091	1.221	
Corint Media GmbH	Berlin	indirekt	30,97	EUR	350	0	
koakult GmbH	Berlin	indirekt	33,33	EUR	-1.596	-323	
Sportority Germany GmbH	München	indirekt	40,00	EUR	- / -	- / -	1
SPREE Interactive GmbH	Nürnberg	indirekt	19,55	EUR	- / -	- / -	1
Urban Sports GmbH	Berlin	indirekt	16,08	EUR	- / -	- / -	1
Schweiz							
Goldbach Audience (Switzerland) AG	Küsnacht (ZH)	indirekt	24,95	CHF	- / -	- / -	1
Goldbach Media (Switzerland) AG	Küsnacht (ZH)	indirekt	22,96	CHF	- / -	- / -	1
Swiss Radioworld AG	Küsnacht (ZH)	indirekt	22,96	CHF	- / -	- / -	1
Vereinigte Staaten von Amerika							
Remagine Media Ventures, L.P.	Wilmington, DE	indirekt	30,50	USD	- / -	- / -	1
Gemeinschaftsunternehmen							
Deutschland							
Addressable TV Initiative GmbH	Frankfurt am Main	indirekt	50,00	EUR	- / -	- / -	1
d-force GmbH	Freiburg im Breisgau	indirekt	50,00	EUR	- / -	- / -	1
Vereinigtes Königreich							
European Broadcaster Exchange (EBX) Limited	London	indirekt	25,00	GBP	- / -	- / -	1
Nit Television Limited	London	indirekt	50,01	GBP	- / -	- / -	1
Sonstige wesentlichen Beteiligungen							
Deutschland							
tink GmbH	Berlin	indirekt	16,23	EUR	4.081	-88	
Kaimaninseln							
Minute Media Inc.	Grand Cayman	indirekt	3,20	USD	- / -	- / -	1
Luxemburg							
FRIDAY Insurance S.A.	Bartringen	indirekt	11,39	EUR	44.360	-33.949	

1 Keine Angaben verfügbar, Unternehmen in 2022 erworben oder gegründet bzw. in Liquidation.
2 Diese Gesellschaften haben einen Ergebnisabführungsvertrag geschlossen, daher wird das handelsrechtliche HGB-Ergebnis nach Ergebnisabführung ausgewiesen.
3 Ein Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE ist persönlich haftender Gesellschafter dieser Gesellschaft.

* Soweit nicht anders angegeben sind die Werte zu Eigenkapital und Jahresergebnis dem letzten vorliegenden, nach lokalem Recht aufgestellten Jahresabschluss (Geschäftsjahr 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021) entnommen sofern veröffentlicht.
** Die Höhe des Anteilsbesitzes gibt die direkte Beteiligungshöhe des unmittelbaren Anteilseigners bzw. der unmittelbaren Anteilseigner an.
*** Folgende Umrechnungskurse sind für die angegebenen Werte zu Eigenkapital und Jahresergebnis maßgeblich:

1 Euro entspricht	Stichtagskurs 31.12.2021	Durchschnittskurs 2021
AMD	543,51	597,53
AUD	1,56	1,57
CHF	1,03	1,08
DKK	7,44	7,44
GBP	0,84	0,86
ILS	3,51	3,82
MXN	23,14	23,99
RON	4,95	4,92
RSD	117,58	111,58
SEK	10,26	10,15
UAH	30,88	32,26
USD	1,13	1,18

Unterföhring, den 27. April 2023

Bert Habets
Vorstandsvorsitzender (Group CEO)

Wolfgang Link
Vorstandsmitglied (verantwortlich für Entertainment)

Christine Scheffler
Vorstandsmitglied (verantwortlich für HR, Compliance & Sustainability)

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Jahresabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- Finanz und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Media SE vermittelt und im Lagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage der Gesellschaft so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung der Gesellschaft beschrieben sind.

Unterföhring, den 27. April 2023

Bert Habets
Vorstandsvorsitzender (Group CEO)

Wolfgang Link
Vorstandsmitglied (verantwortlich für Entertainment)

Christine Scheffler
Vorstandsmitglied (verantwortlich für HR, Compliance & Sustainability)

Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers

An die ProSiebenSat.1 Media SE

Vermerk über die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts

Prüfungsurteile

Wir haben den Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2022 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2022 bis zum 31. Dezember 2022 sowie dem Anhang, einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Lagebericht der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2022 bis zum 31. Dezember 2022 geprüft. Die auf der im Lagebericht angegebenen Internetseite veröffentlichte Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f HGB, die Bestandteil des Lageberichts ist, haben wir in Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften nicht inhaltlich geprüft. Des Weiteren haben wir die im Abschnitt „Internes Kontroll- und Risikomanagementsystem“ des Lageberichts enthaltenen lageberichtsfremden Angaben in Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften nicht inhaltlich geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Jahresabschluss in allen wesentlichen Belangen den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft zum 31. Dezember 2022 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2022 bis zum 31. Dezember 2022 und

- vermittelt der beigefügte Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Lagebericht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar. Unser Prüfungsurteil zum Lagebericht erstreckt sich nicht auf die oben genannte Erklärung zur Unternehmensführung sowie auf den oben genannten Abschnitt „Internes Kontroll- und Risikomanagementsystem“.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Jahresabschlusses und des Lageberichts geführt hat.

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-Abschlussprüferverordnung (Nr. 537/2014; im Folgenden „EU-APrVO“) unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den europarechtlichen sowie den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Darüber hinaus erklären wir gemäß Artikel 10 Abs. 2 Buchst. f) EU-APrVO, dass wir keine verbotenen Nichtprüfungsleistungen nach Artikel 5 Abs. 1 EU-APrVO erbracht haben. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht zu dienen.

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte in der Prüfung des Jahresabschlusses

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemäßen Ermessen am bedeutsamsten in unserer Prüfung des Jahresabschlusses für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2022 bis zum 31. Dezember 2022 waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung des Jahresabschlusses als Ganzem und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu berücksichtigt; wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab.

Nachfolgend beschreiben wir den aus unserer Sicht besonders wichtigen Prüfungssachverhalt:

Bewertung der Anteile an verbundenen Unternehmen

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt

Die P7S1 führt nach IDW RS HFA 10 (Anwendung der Grundsätze des IDW S 1 bei der Bewertung von Beteiligungen und sonstigen Unternehmensanteilen für die Zwecke eines handelsrechtlichen Jahresabschlusses) einmal jährlich zum 31. Dezember des Geschäftsjahres einen Wertminderungstest auf die Anteile an verbundenen Unternehmen durch. Dabei wird dem Buchwert eines Anteils der beizulegende Zeitwert gegenübergestellt. Diesen ermittelt die P7S1 unter Verwendung eines Discounted-Cashflow-Verfahrens, wobei gegebenenfalls in Abhängigkeit von der bestehenden Unsicherheit der zukünftigen Entwicklung einer zahlungsmittelgenerierenden Einheit aus einer Gewichtung verschiedener Szenarien nach Eintrittswahrscheinlichkeit ein erwarteter Cashflow abgeleitet wird.

Die Überprüfung der Werthaltigkeit basiert auf Annahmen, die sich aus der Unternehmens-planung ableiten und die von erwarteten zukünftigen Markt- und Wirtschaftsbedingungen beeinflusst werden. Der beizulegende Zeitwert ist dabei insbesondere von den zukünftigen Zahlungsströmen der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten für die nächsten fünf Jahre sowie von den angenommenen Diskontierungszinssätzen und Wachstumsraten abhängig. Die Festlegung dieser Parameter obliegt den gesetzlichen Vertretern und ist ermessensabhängig. Es besteht das Risiko, dass Änderungen dieser Ermessensentscheidungen wesentliche Veränderungen in den Werthaltigkeitstests der jeweiligen Anteile nach sich ziehen.

Die Anteile an verbundenen Unternehmen stellen im Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE einen wesentlichen Teil der Vermögensgegenstände dar. Bei der Durchführung des Werthaltigkeitstests besteht aufgrund der Ermessenspielräume bezüglich der oben genannten Parameter sowie der Einschätzung der voraussichtlichen Dauerhaftigkeit einer Wertminderung aus unserer Sicht ein bedeutsames Risiko einer fehlerhaften Bewertung. Die Bewertung der Anteile an verbundenen Unternehmen war daher im Rahmen unserer Prüfung ein besonders wichtiger Prüfungssachverhalt.

Prüferisches Vorgehen

Im Rahmen unserer Prüfungshandlungen haben wir uns ein Verständnis über den von den gesetzlichen Vertretern der ProSiebenSat.1 Media SE implementierten Prozess zur Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte der Anteile an verbundenen Unternehmen einschließlich der Bilanzierungs- und Bewertungsvorgaben verschafft und im Hinblick auf dessen Eignung, potenziellen Abschreibungsbedarf zu ermitteln, analysiert.

Wir haben die den Bewertungsverfahren zugrunde gelegten Unternehmensplanungen durch einen Vergleich mit den in der Vergangenheit tatsächlich erzielten Ergebnissen und den aktuellen Entwicklungen der Geschäftszahlen analysiert. In diese Analyse haben wir auch die im Geschäftsjahr realisierte und zukünftig prognostizierte Marktentwicklung vergleichbarer Unternehmen sowie die Auswirkungen des Ukraine-Kriegs sowie des aktuellen makroökonomischen Umfelds einbezogen. Bei der Würdigung der zugrunde liegenden Unternehmensplanungen haben wir die erwartete Geschäfts- und Ergebnisentwicklung mit den Planungsverantwortlichen erörtert und mit der aktuellen Geschäftsentwicklung verglichen.

Unter Einbeziehung unserer internen Bewertungsexperten haben wir das Bewertungsmodell sowohl methodisch als auch arithmetisch nachvollzogen und auf Vereinbarkeit mit den berufsständischen Verlautbarungen IDW RS HFA 10 und IDW S 1 beurteilt. Die sonstigen wesentlichen Bewertungsannahmen, insbesondere den Diskontierungszinssatz und die Wachstumsrate, haben wir daraufhin untersucht, ob die zukünftige Entwicklung den allgemeinen wirtschaftlichen Rahmendaten und den branchenspezifischen Markterwartungen entspricht. Die Ableitung des Diskontierungszinssatzes haben wir nachvollzogen, in dem wir insbesondere die verwendeten Vergleichsunternehmen gewürdigt, die Marktdaten mit externen Nachweisen abgeglichen und die rechnerische Richtigkeit überprüft haben.

Um ein mögliches Wertminderungsrisiko zu erkennen, haben wir mit Hilfe von eigenen Sensitivitätsanalysen die Ergebnisse des Werthaltigkeitstests darüber hinaus daraufhin untersucht, welche Veränderungen in bestimmten Bewertungsparametern zu einem abweichenden Urteil hinsichtlich Wertminderungsbedarf bei Anteilen an verbundenen Unternehmen führen würden.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich hinsichtlich der Bewertung der Anteile an verbundenen Unternehmen keine Einwendungen ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben

Zu den bezüglich der Finanzanlagen angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen verweisen wir auf die Angaben im Anhang im Abschnitt „Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“. Die Entwicklung der Finanzanlagen ist im Abschnitt „Erläuterungen zur Bilanz“ unter dem Kapitel „Finanzanlagen“ dargestellt.

Sonstige Informationen

Die gesetzlichen Vertreter sind für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen die oben genannte Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f HGB, die Versicherung der gesetzlichen Vertreter nach § 289 Abs. 1 S. 5 HGB sowie den Abschnitt „Internes Kontroll- und Risikomanagementsystem“ des Lageberichts.

Unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und Lagebericht erstrecken sich nicht auf die sonstigen Informationen, und dementsprechend geben wir weder ein Prüfungsurteil noch irgendeine andere Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu ab.

Im Zusammenhang mit unserer Prüfung haben wir die Verantwortung, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen

- wesentliche Unstimmigkeiten zum Jahresabschluss, Lagebericht oder unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder

- anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für den Jahresabschluss und den Lagebericht

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses, der den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Jahresabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen (d. h. Manipulationen der Rechnungslegung und Vermögensschädigungen) oder Irrtümern ist.

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Lageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Lageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften

zu ermöglichen und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Lagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses der Gesellschaft zur Aufstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist, und ob der Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-APrVO unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses und Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher falscher Darstellungen im Jahresabschluss und im Lagebericht aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass aus dolosen Handlungen resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist höher als das Risiko, dass aus Irrtümern resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, da dolose Handlungen kollusives Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können;

- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme der Gesellschaft abzugeben;

- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben;

- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss und im Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann;

- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Jahresabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Jahresabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt;

- beurteilen wir den Einklang des Lageberichts mit dem Jahresabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage der Gesellschaft;

- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein

erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Wir geben gegenüber den für die Überwachung Verantwortlichen eine Erklärung ab, dass wir die relevanten Unabhängigkeitsanforderungen eingehalten haben, und erörtern mit ihnen alle Beziehungen und sonstigen Sachverhalte, von denen vernünftigerweise angenommen werden kann, dass sie sich auf unsere Unabhängigkeit auswirken, und die hierzu getroffenen Schutzmaßnahmen.

Wir bestimmen von den Sachverhalten, die wir mit den für die Überwachung Verantwortlichen erörtert haben, diejenigen Sachverhalte, die in der Prüfung des Jahresabschlusses für den aktuellen Berichtszeitraum am bedeutsamsten waren und daher die besonders wichtigen Prüfungssachverhalte sind. Wir beschreiben diese Sachverhalte im Bestätigungsvermerk, es sei denn, Gesetze oder andere Rechtsvorschriften schließen die öffentliche Angabe des Sachverhalts aus.

Sonstige gesetzliche und andere rechtliche Anforderungen

Vermerk über die Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben des Jahresabschlusses und des Lageberichts nach § 317 Abs. 3a HGB

Prüfungsurteil

Wir haben gemäß § 317 Abs. 3a HGB eine Prüfung mit hinreichender Sicherheit durchgeführt, ob die in der Datei ProSiebenSat.1_Media_SE_JA-LB_ESEF-2022-12-31.zip enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Jahresabschlusses und des Lageberichts (im Folgenden auch als „ESEF-Unterlagen“ bezeichnet) den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat („ESEF-Format“) in allen wesentlichen Belangen entsprechen. In Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften erstreckt sich diese Prüfung nur auf die Überführung der Informationen des Jahresabschlusses und des Lageberichts in das ESEF-Format und daher weder auf die in diesen Wiedergaben enthaltenen noch auf andere in der oben genannten Datei enthaltene Informationen.

Nach unserer Beurteilung entsprechen die in der oben genannten Datei enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Jahresabschlusses und des Lageberichts in allen wesentlichen Belangen den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische

Berichtsformat. Über dieses Prüfungsurteil sowie unsere im voranstehenden „Vermerk über die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts“ enthaltenen Prüfungsurteile zum beigefügten Jahresabschluss und zum beigefügten Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2022 hinaus geben wir keinerlei Prüfungsurteil zu den in diesen Wiedergaben enthaltenen Informationen sowie zu den anderen in der oben genannten Datei enthaltenen Informationen ab.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Prüfung der in der oben genannten beigefügten Datei enthaltenen Wiedergaben des Jahresabschlusses und des Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 Abs. 3a HGB unter Beachtung des IDW Prüfungsstandards: Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben von Abschlüssen und Lageberichten nach § 317 Abs. 3a HGB (IDW PS 410 (06.2022)) durchgeführt. Unsere Verantwortung danach ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen“ weitergehend beschrieben. Unsere Wirtschaftsprüferpraxis hat die Anforderungen an das Qualitätssicherungssystem des IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1) angewendet.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für die ESEF-Unterlagen

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Erstellung der ESEF-Unterlagen mit den elektronischen Wiedergaben des Jahresabschlusses und des Lageberichts nach Maßgabe des § 328 Abs. 1 Satz 4 Nr. 1 HGB.

Ferner sind die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachten, um die Erstellung der ESEF-Unterlagen zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Verstößen gegen die Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat sind.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung der Erstellung der ESEF-Unterlagen als Teil des Rechnungslegungsprozesses.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die ESEF-Unterlagen frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Verstößen gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB sind. Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – Verstöße gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen;

- gewinnen wir ein Verständnis von den für die Prüfung der ESEF-Unterlagen relevanten internen Kontrollen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Kontrollen abzugeben;

- beurteilen wir die technische Gültigkeit der ESEF-Unterlagen, d. h. ob die die ESEF-Unterlagen enthaltende Datei die Vorgaben der Delegierten Verordnung (EU) 2019/815 in der zum Abschlussstichtag geltenden Fassung an die technische Spezifikation für diese Datei erfüllt;

- beurteilen wir, ob die ESEF-Unterlagen eine inhaltsgleiche XHTML-Wiedergabe des geprüften Jahresabschlusses und des geprüften Lageberichts ermöglichen.

Übrige Angaben gemäß Artikel 10 EU-APrVO

Wir wurden von der Hauptversammlung am 5. Mai 2022 als Abschlussprüfer gewählt. Wir wurden am 25. Mai 2022 vom Aufsichtsrat beauftragt. Wir sind ununterbrochen seit dem Geschäftsjahr 2019 als Abschlussprüfer der ProSiebenSat.1 Media SE tätig.

Wir erklären, dass die in diesem Bestätigungsvermerk enthaltenen Prüfungsurteile mit dem zusätzlichen Bericht an den Prüfungsausschuss nach Artikel 11 EU-APrVO (Prüfungsbericht) in Einklang stehen.

Wir haben folgende Leistungen, die nicht im Jahresabschluss oder im Lagebericht angegeben wurden, zusätzlich zur Abschlussprüfung für das geprüfte Unternehmen bzw. für die von diesem beherrschten Unternehmen erbracht: Nicht gesetzlich vorgeschriebene Bestätigungsleistungen in Bezug auf Finanzinformationen und ein Assessment eines IT-Systems.

Sonstiger Sachverhalt – Verwendung des Bestätigungsvermerks

Unser Bestätigungsvermerk ist stets im Zusammenhang mit dem geprüften Jahresabschluss und dem geprüften Lagebericht sowie den geprüften ESEF-Unterlagen zu lesen. Der in das ESEF-Format überführte Jahresabschluss und Lagebericht – auch die in das Unternehmensregister einzustellenden Fassungen – sind lediglich elektronische Wiedergaben des geprüften Jahresabschlusses und des geprüften Lageberichts und treten nicht an deren Stelle.

Insbesondere ist der ESEF-Vermerk und unser darin enthaltenes Prüfungsurteil nur in Verbindung mit den in elektronischer Form bereitgestellten geprüften ESEF-Unterlagen verwendbar.

Verantwortlicher Wirtschaftsprüfer

Die für die Prüfung verantwortliche Wirtschaftsprüferin ist Nathalie Mielke.

Berlin, 27. April 2023

Ernst & Young GmbH

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Schlebusch	Mielke
Wirtschaftsprüfer	Wirtschaftsprüferin